



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS**

**TESIS DE GRADO**  
**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:**  
**INGENIERA DE EMPRESAS**

**TEMA:**  
**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA**  
**FRANQUICIA DISENSA DEL “DEPÓSITO DE MADERA Y**  
**MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN VISCARRA” EN LA**  
**PARROQUIA GUANUJO, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE**  
**BOLÍVAR.**

**AUTOR:**  
**MARÍA DEL CARMEN GAVILANES VISCARRA**

**RIOBAMBA - ECUADOR**  
**2013**

## **CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL**

Certificamos que el presente trabajo de investigación sobre el tema “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FRANQUICIA DISENSA DEL “DEPÓSITO DE MADERA Y MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN VISCARRA” EN LA PARROQUIA GUANUJO, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR”., previo a la obtención del título de Ingeniera de Empresas, ha sido desarrollado por la Sr. MARÍA DEL CARMEN GAVILANES VISCARRA, ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Hítalo Bolívar Veloz Segovia.

**DIRECTOR DE TESIS**

Ing. José Gabriel Pilaguano Mendoza

**MIEMBRO DE TESIS**

## **CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD**

Yo, MARÍA DEL CARMEN GAVILANES VISCARRA, estudiante de la Escuela de Ingeniería de Empresas de la Facultad de Administración de Empresas, declaro que la tesis que presento es auténtica y original. Soy responsable de las ideas expuestas y los derechos de autoría corresponden a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

**María del Carmen Gavilanes Viscarra**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo se lo dedico principalmente a Dios, quien ha guiado mi vida y mis pasos hacia el cumplimiento de mis objetivos, permitiéndome culminar el presente proyecto con éxito.

A mi hijo, que ha sido motor para avanzar durante la elaboración del proyecto, dándome el ánimo, la compresión para culminar con mucho esfuerzo este proyecto.

A mis padres, quienes me han apoyado y me han dado la mano en todo momento, principalmente mientras duró el desarrollo del presente proyecto, ya que sin su ayuda y apoyo no hubiese sido posible finalizar el mismo.

A mi Director de Tesis, el Ing. Hítalo Veloz Segovia, por compartir sus conocimientos y su tiempo para el desarrollo al presente trabajo.

A mi Miembro de tesis, el Ing. Gabriel Pilaguano por la dedicación y la paciencia entregada en este proyecto.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, por abrirme las puertas al conocimiento y permitirme educarme y alcanzar con éxito mi título profesional.

**María del Carmen Gavilanes Viscarra**

## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento va dedicado a Dios, quien guía mi vida; a mi hijo, por su comprensión y amor; a mis padres por su apoyo incondicional; a mi Director y Miembro de tesis Ing. Hítalo Veloz e Ing. Gabriel Pilaguano por su comprensión y tiempo; a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por ofrecerme la posibilidad de lograr un título profesional; y a todas las personas de una u otra manera han contribuido en la elaboración del presente proyecto de tesis.

**María del Carmen Gavilanes Viscarra**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Portada.....	i
Certificación del tribunal .....	ii
Certificado de responsabilidad .....	iii
Dedicatoria .....	iv
Agradecimiento .....	v
Índice de contenido .....	vi
Índice de cuadros .....	xiii
Índice de gráficos .....	xvi
CAPÍTULO I.....	1
1. Generalidades.....	1
1.1. Introducción .....	1
1.2. Antecedentes.....	2
1.3. Reseña histórica .....	2
1.4. Misión .....	3
1.5. Visión .....	4
1.6. Principios y valores.....	4
1.6.1. Valores .....	4
1.6.2. Principios .....	5
1.7. Objetivos organizacionales .....	5
1.8. Análisis F.O.D.A. ....	6
1.8.1. Aspectos internos .....	6
1.8.1.1. Fortalezas.....	6
1.8.1.2. Debilidades .....	6
1.8.2. Aspectos externos.....	7
1.8.2.1. Oportunidades.....	7
1.8.2.2. Amenazas.....	7
CAPÍTULO II .....	11
2. Análisis de la situación actual.....	11
2.1. El sector inmobiliario en cifras.....	12
2.1.1. Análisis de la oferta habitacional .....	14
2.1.1.1. Número de permisos de construcción según tipo de obra de la edificación en el cantón Guaranda .....	14

<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>21</b>
<b>3. Estudio de mercado .....</b>	<b>21</b>
<b>3.1. Investigación de mercado.....</b>	<b>21</b>
<b>3.2. Planteamiento del problema de investigación de mercado .....</b>	<b>21</b>
<b>3.3. Objetivos de la investigación de mercado.....</b>	<b>21</b>
<b>3.3.1. Objetivo general.....</b>	<b>21</b>
<b>3.3.2. Objetivos específicos .....</b>	<b>22</b>
<b>3.4. Beneficiarios .....</b>	<b>22</b>
<b>3.4.1. Beneficiarios directos.....</b>	<b>22</b>
<b>3.4.2. Beneficiarios indirectos .....</b>	<b>23</b>
<b>3.5. Fuentes secundarias.....</b>	<b>23</b>
<b>3.6. Fuentes primarias .....</b>	<b>23</b>
<b>3.7. Universo .....</b>	<b>25</b>
<b>3.8. Diseño del instrumento.....</b>	<b>27</b>
<b>3.8.1. Presentación de resultados .....</b>	<b>28</b>
<b>3.9. Análisis de la información.....</b>	<b>40</b>
<b>3.10. Segmentación del mercado.....</b>	<b>40</b>
<b>3.11. Análisis de la demanda.....</b>	<b>41</b>
<b>3.11.1. Demanda actual .....</b>	<b>42</b>
<b>3.11.2. Proyección de la Demanda .....</b>	<b>44</b>
<b>3.12. Análisis de la oferta .....</b>	<b>44</b>
<b>3.12.1. Oferta Actual.....</b>	<b>44</b>
<b>3.12.2. Proyección de la Oferta .....</b>	<b>56</b>
<b>3.13. Demanda insatisfecha.....</b>	<b>57</b>
<b>3.14. Análisis de marketing mix: producto, precio, plaza y promoción.....</b>	<b>58</b>
<b>3.14.1. Producto.....</b>	<b>58</b>
<b>3.14.2. Marcas maestras para el proyecto .....</b>	<b>58</b>
<b>3.14.3. Precio .....</b>	<b>61</b>
<b>3.14.4. Plaza .....</b>	<b>62</b>
<b>3.14.5. Promoción.....</b>	<b>63</b>
<b>3.14.5.1. Publicidad .....</b>	<b>63</b>
<b>3.14.5.2. Promoción de ventas.....</b>	<b>63</b>
<b>3.14.5.3. Eslogan.....</b>	<b>64</b>
<b>3.14.5.4. Rótulo de la empresa .....</b>	<b>64</b>

3.15. Postventa.....	64
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>65</b>
4.1. Estudio técnico .....	65
4.2. Determinación del tamaño del proyecto .....	65
4.3. Factores que determinan el tamaño .....	65
4.3.1. El mercado.....	65
4.3.2. Disponibilidad de recursos financieros .....	65
4.3.3. Mano de obra directa e indirecta .....	66
4.3.3.1. Mano de obra directa .....	66
4.3.3.1.1. Perfil y requisitos cargo de ayudante de almacén.....	66
4.3.3.1.2. Tiempo de dedicación .....	66
4.3.3.1.3. Perfil y requisitos cargo de ayudante de bodega.....	67
4.3.3.1.4. Tiempo de dedicación .....	67
4.3.3.1.5. Perfil y requisitos cargo de transportista .....	67
4.3.3.1.6. Tiempo de dedicación .....	67
4.3.3.2. Mano de obra Indirecta.....	68
4.3.3.2.1. Perfil y requisitos del cargo de Gerente General .....	68
4.3.3.2.2. Tiempo de dedicación .....	68
4.3.3.2.3. Perfil y requisitos cargo de Secretaria Contadora.....	68
4.3.3.2.4. Tiempo de dedicación .....	69
4.3.3.2.5. Perfil y requisitos cargo de Guardia de Seguridad.....	69
4.3.3.2.6. Tiempo de dedicación .....	69
4.3.4. Edificios e infraestructura .....	69
4.3.5. Tamaño de la planta .....	70
4.3.6. Demanda insatisfecha y participación del mercado .....	70
4.4. Localización del proyecto .....	71
4.4.1. Macrolocalización .....	71
4.4.2. Microlocalización .....	73
4.4.3. Justificación de la localización.....	75
4.5. Ingeniería del proyecto .....	75
4.5.1. Especificaciones técnicas de los activos fijos .....	75
4.6. Diagrama de actividades .....	76
4.6.1. Actividades de la empresa.....	78
4.6.1.1. Aprovisionamiento de materiales de construcción .....	78
4.6.1.2. Recepción y almacenamiento de materiales de construcción .....	79



4.6.1.3. Venta de los materiales de construcción .....	80
4.6.1.3.1. Venta personal dentro del establecimiento comercial .....	80
4.7. Selección de tecnología .....	81
4.7.1. Sistema informático .....	81
4.7.2. Seguridad.....	81
4.8. Asistencia técnica .....	81
4.9. Distribución de la planta .....	82
4.10. Control de inventarios .....	83
4.10.1. Mínimos .....	83
4.11. Estudio organizacional .....	83
4.11.1. Nombre de la empresa o razón social .....	83
4.11.2. Cultura Organizacional.....	84
4.11.3. Misión.....	84
4.11. 4. Visión .....	84
4.11.5. Principios y Valores .....	84
4.11.5.1. Valores .....	84
4.11.5.2. Principios .....	85
4.11.6. Objetivos Organizacionales .....	86
4.12. Análisis interno .....	86
4.12.1. Organigrama estructural .....	86
4.12.2. Organigrama funcional .....	87
4.12.3. Manual de funciones.....	88
4.13. Ámbito legal .....	89
4.13.3. Requisitos solicitados por Disensa.....	90
4.13.4. Preparación de carpeta para solicitud de aprobación.....	93
4.13.4.1. Para personas naturales:.....	93
4.13.4.2. Para personas jurídicas:.....	93
CAPÍTULO V .....	95
5. Estudio ambiental .....	95
5.3. Servicios Básicos .....	96
5.3.1. Energía Eléctrica .....	96
5.3.1. Abastecimiento de agua.....	96
5.3.2. Cobertura del servicio de recolección de basura .....	97
5.3.3. Sistema de aguas servidas domésticas.....	97
5.4. Desechos a generarse por la operación .....	97

5.4.1. Desechos líquidos .....	97
5.4.2. Desechos sólidos no peligrosos .....	98
5.4.3. Material particulado.....	98
5.4.4. Monitoreos.....	98
5.5. Determinación del área de influencia .....	98
5.5.1. Área de influencia directa .....	99
5.5.2. Área de influencia indirecta.....	99
5.6. Plan de manejo ambiental.....	100
5.6.1. Objetivos .....	101
5.6.1.1. Objetivo General.....	101
5.6.1.2. Objetivos Específicos .....	101
5.6.2. Criterios de diseño del Plan de Manejo Ambiental .....	101
5.6.3. Estructura del Plan de Manejo Ambiental P.M.A.....	102
5.6.4. Sub-Plan de control y Disposición de desechos .....	102
5.6.4.1. Objetivo del Sub-Plan.....	102
5.6.4.2. Desechos sólidos no peligrosos .....	103
5.6.4.2.1. Objetivo .....	103
5.6.4.2.2. Alcance.....	103
5.6.4.2.3. Descripción .....	103
5.6.4.3. Manejo interno de los desechos sólidos.....	104
5.6.4.4. Entrenamiento del personal de limpieza .....	104
5.6.4.5. Separación de los residuos .....	105
5.6.4.6. Tamaño y forma de los recipientes.....	105
5.6.5. Sub-Plan de control y vigilancia .....	108
5.6.5.1. Objetivo del Sub-Plan.....	108
5.6.5.2. Medidas de control y vigilancia .....	108
5.6.5.2.1. Objetivo .....	108
5.6.5.2.2. Alcance.....	108
5.6.5.2.3. Descripción de la medida .....	108
5.6.6. Sub-Plan de educación y capacitación ambiental .....	110
5.6.6.1. Objetivo del Sub-Plan.....	110
5.6.6.2. Medida de educación y capacitación ambiental.....	110
5.6.6.2.1. Objetivo .....	110
5.6.6.2.2. Alcance.....	110
5.6.6.2.3. Descripción de la medida .....	110

5.6.7. Sub-Plan de Contingencia .....	112
5.6.7.1. Objetivo del Sub-Plan.....	112
5.6.7.2. Medida Plan de Contingencia.....	112
5.6.7.2.1. Objetivo .....	112
5.6.7.2.2. Alcance.....	112
5.6.7.2.3. Descripción de la medida .....	113
5.6.8. Sub-Plan de Seguridad e Higiene Industrial .....	115
5.6.8.1. Objetivo del Sub-Plan.....	115
5.6.8.2. Medidas del Plan de Seguridad e Higiene Industrial .....	115
5.6.8.2.1. Objetivo .....	115
5.6.8.2.2. Alcance.....	115
5.6.8.2.3. Descripción de la medida .....	115
5.6.9. Sub-Plan de Abandono.....	117
CAPÍTULO VI.....	118
6. Estudio financiero.....	118
6.1. Inversión y financiamiento .....	118
6.1.1. Inversión total .....	118
6.1.1.1. Inversión en activos fijos .....	119
6.1.1.2. Inversión en activos diferidos .....	119
6.1.1.3. Inversión en capital de trabajo .....	120
6.1.2. Financiamiento.....	120
6.2. Costos e ingresos del proyecto .....	123
6.2.1. Costos .....	124
6.2.2. Costos de operación .....	124
6.2.2.1. Costo de mercadería vendida .....	124
6.2.2.2. Insumos e implementos de trabajo.....	128
6.2.2.3. Mantenimiento y reparaciones .....	129
6.2.2.4. Depreciación .....	129
6.2.2.5. Amortización .....	130
6.2.2.6. Gastos administrativos .....	130
6.2.2.7. Gasto de ventas .....	131
6.2.2.8. Gasto financieros .....	132
6.2.3. Proyección de costos .....	132
6.2.4. Ingresos .....	133
6.3. Evaluación financiera .....	134

6.3.1. Estado de situación inicial.....	134
6.3.2. Estado de resultados .....	135
6.3.3. Flujos netos de caja.....	136
6.3.4. Evaluación financiera .....	137
6.3.4.1. Valor Actual Neto .....	137
6.3.4.2 Tasa Interna de Retorno .....	139
6.3.4.3. Periodo de recuperación de la inversión del proyecto.....	140
6.3.5. Punto de Equilibrio.....	141
6.3.6 Análisis de indicadores financieros .....	144
6.3.6.1 Indicadores de endeudamiento .....	144
6.3.6.1.1. Nivel de endeudamiento .....	144
6.3.6.1.2. Razón pasivo capital .....	145
6.3.6.2. Índices de rentabilidad .....	145
6.3.6.2.1. Margen de utilidad .....	145
6.3.6.2.2. Rendimiento sobre la inversión .....	146
6.3.6.2.3. Rendimiento sobre capital .....	147
CAPÍTULO VII .....	148
7. Conclusiones y recomendaciones .....	148
7.1. Conclusiones.....	148
7.2.Recomendaciones .....	148
Resumen ejecutivo .....	150
Abstract .....	150
Anexos .....	152
Bibliografía.....	164
Lincografía .....	164

## ÍNDICE DE CUADROS

No.	Título	Pág.
1.	Matriz Evaluación de Factores Externos .....	8
2.	Matriz Evaluación de Factores Internos .....	9
3.	PIB total Vs. PIB construcción .....	13
4.	Tenencia de la vivienda en el cantón Guaranda .....	14
5.	Tipos de obra de la edificación .....	15
6.	Número de permisos de construcción de la provincia Bolívar .....	16

7. Tasas de interés activas y efectivas por tipo de crédito .....	20
8. Viviendas y población según los últimos censos .....	27
9. Edad de los encuestados .....	28
10. Sector donde adquiere los productos .....	29
11. Lugar donde adquiere sus productos.....	31
12. Frecuencia de consumo .....	32
13. Satisfacción de lugar donde compra sus productos.....	33
14. Lo que le agrada más del local.....	34
15. Valor que invierte en sus compras .....	35
16. Productos que más adquiere.....	36
17. Aceptación de nuevo local franquiciado Disensa .....	38
18. Servicio adicional que desea tener.....	39
19. Cálculo de la tasa de crecimiento .....	42
20. Incremento de viviendas.....	43
21. Proyección de la demanda.....	44
22. Clientes semanales .....	45
23. Ficha 1 .....	47
24. Ficha 2 .....	48
25. Ficha 3.....	49
26. Ficha 4.....	50
27. Ficha 5 .....	51
28. Ficha 6.....	52
29. Ficha 7.....	53
30. Ficha 8.....	54
31. Ficha 9.....	55
32. Proyección de la oferta .....	57
33. Demanda insatisfecha .....	58
34. Precios de referencia franquiciado y no franquiciado .....	62
35. Mano de obra directa .....	66
36. Mano de obra indirecta .....	68
37. Participación del mercado .....	71
38. Ponderación de la macrolocalización.....	72
39. Factores considerados para la macrolocalización .....	73
40. Factores considerados para la microlocalización .....	74

41. Especificaciones técnicas de los vehículos.....	76
42. Especificaciones técnicas del equipo de computación y equipos de oficina y bodega.....	76
43. Ficha ambiental: manejo de desechos sólidos no peligrosos .....	106
44. Ficha ambiental: medida de Control y Vigilancia .....	109
45. Ficha ambiental: Plan de Educación Ambiental.....	111
46. Ficha ambiental: Plan de Contingencia .....	114
47. Ficha Ambiental: Plan de Seguridad e Higiene Industrial .....	116
48. Inversión total .....	118
49. Activos fijos .....	119
50. Activos Diferidos .....	119
51. Capital de Trabajo.....	120
52. Cuadro de fuentes y usos.....	121
53. Datos del crédito .....	121
54. Tabla de amortización del crédito .....	122
55. Costos de Operación .....	124
56. Costo de Mercadería Vendida .....	127
57. Proyección del costo de mercadería vendida.....	128
58. Insumos e implementos de trabajo.....	129
59. Mantenimiento y reparaciones .....	129
60. Depreciación .....	130
61. Amortización .....	130
63.Gasto de Venta .....	131
64. Gastos Financieros.....	132
65. Proyección costos consolidados operacionales y financieros .....	133
66. Proyección de ingresos .....	133
67. Estado de Situación Inicial.....	135
68. Estado de Resultados Proyectado.....	136
69. Flujo Neto de Caja proyectado .....	137
70. Valor Actual Neto .....	139
71. Tasa Interna de Retorno .....	140
72. Periodo de Recuperación del Inversionista .....	141
73. Proyección del Punto de Equilibrio.....	144
74. Margen de Utilidad Promedio .....	146

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

No.	Título	Pág.
1.	Evolución del precio por metro cuadrado de construcción a Nivel Nacional .....	12
2.	PIB total Vs. PIB construcción .....	13
3.	Déficit cualitativo de la vivienda a Nivel Nacional .....	18
4.	Participación de las instituciones financieras con el volumen de crédito más alto periodo 2007-2010.....	19
5.	Edad de los encuestados .....	29
6.	Sector donde adquiere los productos .....	30
7.	Lugar donde adquiere sus productos.....	31
8.	Frecuencia de consumo .....	32
9.	Satisfacción de lugar donde compra sus productos.....	33
10.	Lo que le agrada más del local.....	34
11.	Valor que invierte en sus compras .....	36
12.	Productos que más adquiere.....	37
13.	Aceptación de nuevo local franquiciado Disensa .....	38
14.	Servicio adicional que desea tener.....	39
15.	Fachada de la ferretería “Su Amigo” .....	47
16.	Fachada de la ferretería “Bolívar” .....	48
17.	Fachada de la ferretería “Villagómez” .....	49
18.	Fachada de la ferretería “El Ferretero” .....	50
19.	Fachada de la ferretería “Plaza Roja” .....	51
20.	Fachada de FERRE Borja .....	52
21.	Fachada de Ferretería Borja .....	53
22.	Fachada de Maderas y Ferretería Viscarra .....	54
23.	Fachada de ferretería “El Maestro” .....	55
24.	Canal de Distribución.....	63
25.	Rótulo de la empresa .....	64
26.	Mapa de Bolívar.....	72
27.	Diagrama de actividades .....	77
28.	Flujograma de aprovisionamiento de materiales de construcción.....	78
29.	Flujograma de recepción y almacenamiento de materiales de construcción ....	79
30.	Flujograma de venta personal dentro del establecimiento comercial.....	80

<b>32. Organigrama estructural .....</b>	<b>87</b>
<b>33. Organigrama funcional .....</b>	<b>88</b>
<b>34. Detalle de las actividades en el organigrama funcional .....</b>	<b>89</b>

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

<b>No.</b>	<b>Título</b>	<b>Pág.</b>
<b>1.</b>	<b>Formulario de Encuesta .....</b>	<b>152</b>
<b>2.</b>	<b>Manual de Funciones.....</b>	<b>155</b>
<b>3.</b>	<b>Comunicación al Gerente General de ADFRANEC.....</b>	<b>160</b>
<b>4.</b>	<b>Solicitud de Franquicia Disensa .....</b>	<b>161</b>



# **CAPÍTULO I**

## **1. GENERALIDADES**

### **1.1. INTRODUCCIÓN**

El objetivo del presente proyecto es ofrecer una amplia gama de productos y servicios para la construcción de la empresa, brindándoles más y ventajosas opciones de compra a nuestros clientes. De esta manera, se entrega un mayor número de productos, individualmente o en paquetes, a costos competitivos y mediante una atención personalizada que permitirá evaluar su satisfacción.

Continuando con el concepto de oferta total, la canasta de productos ofrecida a los consumidores finales se centra en productos para la construcción y demás productos de la industria. Se quiere realizar este proyecto para que la empresa pueda ofrecer a los habitantes del cantón Guaranda la oportunidad de escoger los mejores materiales de construcción que existen en el país y así sentirse seguros que su construcción será todo un éxito utilizando los mejores materiales.

El sistema de franquicia permite unificar estándares de calidad y atención al cliente en todos los puntos de venta, beneficiando principalmente al consumidor. Para atender a los clientes interesados en comprar materiales de construcción, ofreciendo productos de alta calidad y con una estandarización de servicios y procedimientos que llevan a lograr un mejoramiento continuo en el canal de distribución y así nuestros clientes se sientan identificados con lo nuestro y conozcan que los mejores productos de construcción los encuentran en la franquicia.

Es mantener los estándares alcanzados y el reto es mejorar día a día para beneficio de los consumidores finales a través de este concepto comercial innovador para este tipo de negocios. La cual hace que este proyecto se convierta en una manera atractiva de generar ganancias por el debido aumento del sector de la construcción a nivel de este cantón Guaranda.

## **1.2. ANTECEDENTES**

Se ha observado que la población del cantón Guaranda de la provincia de Bolívar se encuentra en el auge del crecimiento poblacional, lo que hace que el sector constructivo crezca y exista una fuerte demanda de materiales de construcción. Por ese motivo surgió la idea del proyecto de la creación de una nueva franquicia de Disensa en el cantón, ya que solo cuanta con tres y estas no abastecen completamente.

Así mismo se puede apreciar que el sector cuenta con pocas alternativas para que los consumidores tengan la opción de comprar todo referente a la construcción en un mismo lugar, lo cual otros locales que ofrecen los mismos productos no se han desarrollado en mejorar las técnicas para brindar un tipo de servicio personalizado lo cual este proyecto lo tiene como unas de sus principales características y que sea atractivo para los consumidores que siempre están en busca de realizar sus compras en un solo lugar.

Una de las ventajas es que la empresa va a contar con transporte propio para la entrega de su mercadería ya que algunos consumidores no cuentan con un vehículo adecuado para realizar dichas compras y lo más importante es que el producto se lo deja en donde el comprador lo necesita

Este proyecto generara plazas de trabajo lo cual es importante para el crecimiento del mismo cantón mejorando así el nivel de vida para los habitantes y también se espera poder ofrecer una amplia gama de productos en un solo lugar logrando satisfacer la demanda en cantidad y en el tiempo de entrega adecuado.

## **1.3. RESEÑA HISTÓRICA**

En el año 2000, en la ciudad de Guaranda se fundó el Depósito de Madera “Viscarra”, dedicándose a la comercialización de madera no preparada netamente: tablas de encofrado, rieles, puntales, vigas, tablones. A medida que el tiempo transcurrió, y acorde con las exigencias de un mercado que entro en gran expansión esta organización decidió dedicarse a la comercialización de materiales de construcción, ofreciendo la

mayoría de productos que se necesitan para la construcción, cambiando así su razón social a Depósito de Madera y Materiales de Construcción “Viscarra”.

La participación en el mercado del Depósito de Madera y Materiales de Construcción “Viscarra”, se ha ido incrementando, debido a los buenos precios que ofrece la organización. Sin embargo con el paso del tiempo y el crecimiento poblacional en la región, han aparecido otras empresas ferreteras que se constituyen como competidores directos.

Esta empresa es una organización de orden familiar que trata de diferenciarse del resto de la competencia ofreciendo buenos precios y productos de calidad, garantía en los mismos, entrega a domicilio, atención personalizada y además con una ubicación estratégica, liderado por su gerente general la señora Carmen Viscarra.

La organización ha ido creciendo de poco a lo largo de todo este tiempo, hoy por hoy con el objetivo de mejorar la atención al cliente ha implementado servicios que facilitan la logística de la misma, entre los cuales se destacan.

Entregas a domicilio

Ventas por teléfono

Cobros a domicilio

#### **1.4. MISIÓN**

“Ofrecer a sus clientes todo tipo de materiales de construcción, con atención personalizada, un servicio eficiente de transporte y entrega de pedidos y las mejores garantías; actuando con honestidad y transparencia para superar sus expectativas y mejorar constantemente.”<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Manual de Funciones del “Deposito de Madera y Materiales de Construcción Viscarra”

## 1.5. VISIÓN

“Fortalecer nuestra posición a lo largo de la cadena de valor, orientados a la excelencia en la atención y el servicio al cliente y con esto ser líder en la venta de materiales de construcción, obteniendo una presencia predominante en Guaranda.”<sup>2</sup>

## 1.6. PRINCIPIOS Y VALORES

### 1.6.1. Valores

- **Honestidad:** Realizar cada una de las acciones con verdad, transparencia e integridad y cumplir con todas las obligaciones contraídas con los clientes, proveedores, trabajadores y todos los miembros que la componen.
- **Responsabilidad:** Compromiso total al cumplimiento de las obligaciones y los convenios que se contraigan con el cliente interno y externo.
- **Confianza:** Mantener una comunicación efectiva con el cliente interno y el cliente externo, al momento de tomar una decisión y hacerlos partícipes de la misma.
- **Lealtad:** Supone una conducta de buena fe con un sentido de compañerismo para con todos y cada uno de los miembros de la empresa.
- **Profesionalismo:** Asumir el trabajo y hacerlo bien, compartiendo la visión de la organización con orientación plena a la satisfacción del cliente externo e interno.
- **Innovación:** Aprovechar el alcance tecnológico para ofrecer a los clientes nuevos y mejores servicios.

---

<sup>2</sup> Manual de Funciones del “Deposito de Madera y Materiales de Construcción Viscarra”

- **Trabajo en equipo:** Aunar esfuerzos de quienes hacen la empresa considerando que todos y cada uno de ellos son parte importante y fundamental para la ejecución eficiente de las actividades a realizarse en cada área de la organización.

### **1.6.2. Principios**

- Todos los miembros que integren la empresa están obligados a actuar con honestidad, prudencia y cumplimiento en la normativa legal y fundamentando su comportamiento en el principio de que sus decisiones y sus acciones se toman como una causa que involucre el orden y el interés de la organización.
- Todos los vinculados al Depósito de Madera y Materiales Construcción Viscarra deben ejercer sus funciones y desarrollar sus actividades con la mejor de sus aptitudes y conocimientos con rigor, diligencia e integridad.
- Los miembros del Depósito de Madera y Materiales Construcción Viscarra están obligados a la discreción y confidencialidad respecto de informaciones que conozcan en desarrollo de sus actividades y funciones.
- Los Miembros del Depósito de Madera y Materiales Construcción Viscarra, no pueden aceptar tratos preferenciales ni prebendas para sí mismos o para terceros.

### **1.7. OBJETIVOS ORGANIZACIONALES**

- Ser una empresa bien posicionada en el ramo de la comercialización de materiales de construcción, gracias a una gran eficiencia y confiabilidad.
- Poner a disposición del mercado productos de calidad a precios competitivos.
- Establecer relaciones duraderas con los clientes y superar sus expectativas.

- Ofrecer un excelente servicio al cliente, reflejado en la atención del personal y el oportuno transporte de los pedidos.
- Mantener la seriedad en el ámbito comercial y jurídico para contribuir con el desarrollo de la economía nacional.

## **1.8. ANÁLISIS F.O.D.A.**

### **18.1. Aspectos Internos**

#### **1.8.1.1. Fortalezas**

- Brinda un servicio personalizado.
- Ofrece una amplia gama de productos y servicios para la construcción.
- Productos de calidad a precios económicos.
- Experiencia en el giro del negocio.
- Posee una mejor relación precio/beneficio que la competencia indirecta (distribuidores pequeños).
- Talento humano comprometido con el desarrollo de la empresa.
- Ubicación estratégica de la empresa.
- Capital disponible para nuevos proyectos.

#### **1.8.1.2. Debilidades**

- Existen productos que se lo elaboran de manera casera y que la franquicia tiene prohibida su distribución, pero los clientes lo buscan por su bajo costo.
- Falta de personal técnico.
- Falta de una clara dirección estratégica.
- Falta de incentivos al cliente.
- Falta de capacitación específica al personal.

- Falta de planes de contingencia.
- Falta de la tecnología necesaria.

## **1.8.2. Aspectos Externos**

### **1.8.2.1. Oportunidades**

- El mercado de la construcción está en auge en Guaranda.
- Existe una gran demanda por parte del sector privado para la construcción de edificios.
- No existen barreras de ingreso al mercado.
- El Gobierno impulsa créditos de vivienda y construcción, lo que se refleja en la edificación de nuevos barrios.
- Disponibilidad de créditos con atractivas tasas de interés para empresas.

### **1.8.2.2. Amenazas**

- Actualmente existe tres franquicias de Disensa en Guaranda esta podría dar mucha competencia directa.
- Cambio de necesidades y gustos de los consumidores.
- La creación de nuevos impuestos.

**Cuadro No. 1 Matriz Evaluación de Factores Externos<sup>3</sup>**

<b>FACTORES DETERMINANTES DEL ÉXITO</b>		<b>PESO (0.1-1)</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	<b>TOTAL</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>				
1	El mercado de la construcción está en auge en Guaranda.	0.11	3	0.33
2	Existe una gran demanda por parte del sector privado para la construcción de edificios.	0.09	3	0.27
3	No existen barreras de ingreso al mercado.	0.16	2	0.32
4	El Gobierno impulsa créditos de vivienda y construcción, lo que se refleja en la edificación de nuevos barrios.	0.10	3	0.30
5	Disponibilidad de créditos con atractivas tasas de interés para empresas.	0.11	3	0.33
<b>AMENAZAS</b>				
1	Actualmente existe tres franquicias de Disensa en Guaranda esta podría dar mucha competencia directa.	0.15	3	0.42
2	Cambio de necesidades y gustos de	0.17	3	0.51

<sup>3</sup> <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1424/4/capitulo%203.pdf>



	los consumidores.			
3	La creación de nuevos impuestos.	0.11	2	0.22
	<b>TOTAL</b>	1.00		2.70

ELABORADO POR: LA AUTORA.

La Matriz de Evaluación de Factores Externos muestra que la empresa se encuentra en un nivel medio lo que significa que la empresa debe mejorar si se quiere mantener en el mercado pues la competencia puede sacarle del mercado.

### Cuadro No. 2 Matriz Evaluación de Factores Internos

FACTORES CRÍTICOS PARA EL ÉXITO		PESO (0.1-1)	PONDERACIÓN	TOTAL
<b>FORTALEZAS</b>				
1	Brinda un servicio personalizado.	0,08	4	0,32
2	Ofrece una amplia gama de productos y servicios para la construcción.	0,07	3	0,21
3	Productos de calidad a precios económicos.	0,07	3	0,21
4	Experiencia en el giro del negocio.	0,08	4	0,32
5	Posee una mejor relación precio/beneficio que la competencia indirecta (distribuidores pequeños).	0,07	3	0,21
6	Talento humano comprometido con el desarrollo de la empresa.	0,07	3	0,21

7	Ubicación estratégica de la empresa.	0,07	3	0,21
8	Capital disponible para nuevos proyectos.	0,08	3	0,24
<b>DEBILIDADES</b>				
1	Existen productos que se lo elaboran de manera casera y que la franquicia tiene prohibida su distribución, pero los clientes lo buscan por su bajo costo.	0,06	2	0,12
2	Falta de personal técnico.	0,07	3	0,21
3	Falta de incentivos al cliente.	0,06	3	0,18
4	Falta de capacitación específica al personal.	0,07	3	0,21
5	Falta de planes de contingencia.	0,07	3	0,21
6	Falta de la tecnología necesaria.	0,06	3	0,18
	<b>TOTAL</b>	0,98		3,04

ELABORADO POR: LA AUTORA.

Al igual que la Matriz EFE, esta matriz posee un rango el cual es mayor que la media, por lo tanto indica que la empresa tiene una posición interna fuerte.

## **CAPÍTULO II**

### **2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL**

La construcción es una de los principales indicadores de la evolución económica que se da en un país. El dinamismo de este sector, revela la aceleración de la inversión, y esta a su vez, el crecimiento de la economía en general. La actividad de la construcción en el Ecuador ha obedecido a una serie de acontecimientos económicos. Sociales y culturales, que se han originado por sucesos a nivel externo como interno.

La construcción es una de los sectores económicos que internamente tiene las siguientes características: utiliza un alto porcentaje de recursos nacionales, fomenta a una mayor movilización de ahorro interno que se traducen en una creación de recursos financieros que en definitiva han servido para promover el desarrollo económico, debido a una mayor mano de obra empleada, y el movimiento que se genera en otras industrias que están fuertemente integrados a la construcción.

Además que la actividad de la construcción ha estado apoyada, en formas novedosas de crédito, prestaciones hipotecarias, y otros. La construcción al movilizar los recursos de capital y los recursos humanos conjuntamente con otras áreas industriales.

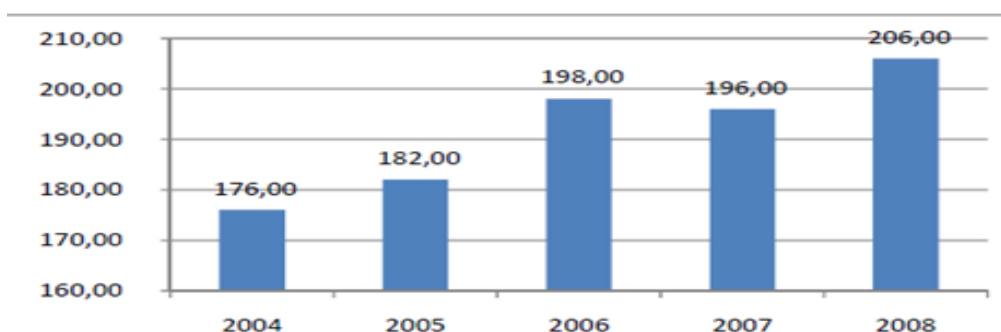
En Ecuador existen varias empresas nacionales e internacionales que deciden asentar sus mercados en el país, generando de esta manera que los terrenos ganen plusvalía por las construcciones realizadas en estos lugares y por las mejoras dadas a los inmuebles, arrojando como resultados un incremento continuo en el precio del metro cuadrado de construcción.

El metro cuadrado de construcción ha ido incrementándose con el tiempo por cambios y mejoras que se han hecho en los diferentes sectores de la ciudad. El precio promedio del metro cuadrado ha tenido un crecimiento del 6% en Quito y del 15% en Guayaquil entre los años 2006 y 2007.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> EKOS, Revista Economía y Negocios, Sector Inmobiliario, Febrero 2008, Pág. 15

**Gráfico No1. Evolución del precio por metro cuadrado de construcción a Nivel Nacional**  
**(Expresado en unidades monetarias)**



FUENTE: INEC, ANUARIOS DE EDIFICACIONES 2004-2008

La vivienda es una de las necesidades básicas indispensables para la sociedad y que además, constituye un derecho fundamental para todos, que debe contar con un servicio de infraestructura adecuada que permita un nivel de vida aceptable. Razón por la cual en los últimos períodos presidenciales se han ejecutado diferentes opciones para solucionar el déficit habitacional del país.

El Estado como promotor, constructor y financista de soluciones habitacionales no ha funcionado eficientemente según lo refleja el aumento creciente del déficit habitacional por lo que se busca que actúe solo como agente regulador y facilitador de recursos, para que la empresa privada sea quien ejecute los proyectos de vivienda, dando lugar así, a la reactivación del sector de la construcción, la generación de nuevos empleos y por ende al crecimiento de la economía.

## **2.1. EL SECTOR INMOBILIARIO EN CIFRAS**

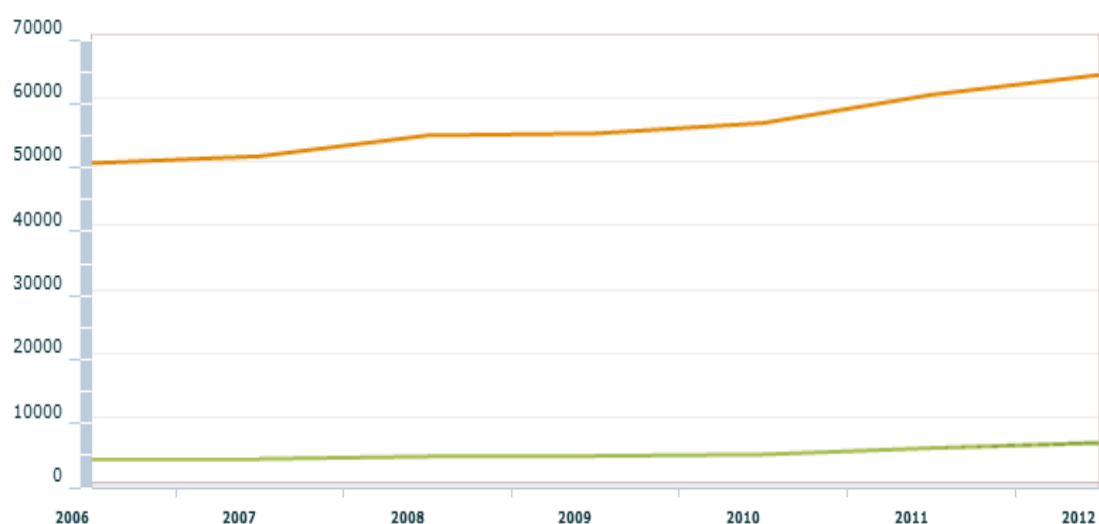
Las implicaciones económicas del presente proyecto incidirán en el incremento del Producto Interno Bruto sectorial del mercado de la construcción cuyo valor para el año 2012 fue de 10.25%, respecto al PIB total.

**Cuadro No. PIB total Vs. PIB construcción**  
(Expresado en millones de dólares)

Fecha	PIB TOTAL	PIB CONSTRUCCIÓN
2006	49914.615	3976.996
2007	51007.777	4016.663
2008	54250.408	4371.989
2009	54557.732	4494.958
2010	56168.864	4710.087
2011	60569.488	5725.524
2012	63672.625	6527.427

FUENTE: [www.ecuadorencifras.com](http://www.ecuadorencifras.com)

**Gráfico No2. PIB total Vs. PIB construcción**  
(Expresado en millones de dólares)



FUENTE: [www.ecuadorencifras.com](http://www.ecuadorencifras.com)

### 2.1.1. Análisis de la oferta habitacional

La oferta de la vivienda está determinada por dos grandes grupos: oferta pública y oferta privada. Esta última, es la que en los diez últimos años ha edificado más del cincuenta por ciento de soluciones habitacionales existentes.

De acuerdo a cifras obtenidas en el VII Censo de Población y VI de Vivienda 2010, la mayor parte de los hogares en la ciudad de Guaranda cuentan con vivienda propia y un significativo porcentaje se arrienda o la ocupa mediante diferentes modalidades.

**Cuadro No 4. Tenencia de la vivienda en el cantón Guaranda  
(Expresado en unidades y porcentajes)**

<b>TENENCIA DE LA VIVIENDA</b>	<b>CASOS</b>	<b>%</b>	<b>ACUMULADO %</b>
Propia totalmente pagada	7.740	55	55
Propia y la está pagando	769	5	60
Propia (regalada, donada, heredada o por posesión)	1.839	13	73
<b>TOTAL DE VIVIENDAS PROPIAS</b>	10.348		
Prestada o cedida (no pagada)	1.476	10	84
Por servicios	50	0	84
Arrendada	2.254	16	100
anticresis	20	0	100
<b>TOTAL</b>	14.148	100	100

FUENTE: ECUADOR: CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010

#### 2.1.1.1. Número de permisos de construcción según tipo de obra de la edificación en el cantón Guaranda

En el 2006, 2007, 2008, 2009 y 2010 se han concedido 84, 58, 85, 87 y 176 permisos de construcción respectivamente, por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Guaranda. Presentándose un incremento significativo de más del 100%.

**Cuadro No 5. Tipos de obra de la edificación**  
(Expresado en unidades)

<b>AÑO</b>	<b>TIPO DE EDIFICACIÓN</b>	
2006	Nueva Construcción	80
	Ampliación hacia arriba	4
	Total	84
2007	Nueva Construcción	55
	Ampliación hacia arriba	3
	Total	58
2008	Nueva Construcción	79
	Ampliación hacia arriba	6
	Total	85
2009	Nueva Construcción	80
	Ampliación hacia arriba	7
	Total	87
2010	Nueva Construcción	162
	Ampliación hacia arriba	13
	Reconstrucción	1
	Total	176

**FUENTE:** ANUARIO DE EDIFICACIONES 2006-2007-2008-2009-2010. Instituto Nacional de Estadística y Censos.

**ELABORADO POR:** Unidad de Procesamiento (UP) de la Dirección de Estudios Analíticos (DESAE) - Verónica Cuzco Q.

Por lo que se puede observar en el cuadro nos damos cuenta que el número de permisos de construcción aumenta año a año desde el año 2006 al 2010, en más del 100%

**Cuadro No 6. Número de permisos de construcción de la provincia  
Bolívar  
(Expresado en unidades)**

<b>PROVINCIA Y PROPÓSITO DE LA CONSTRUCCIÓN</b>	<b>TOTAL DE PERMISOS</b>
TOTAL	516
RESIDENCIA PARA UNA FAMILIA	445
RESIDENCIA PARA DOS FAMILIAS	20
RESIDENCIA PARA TRES O MÁS FAMILIAS	23
COMERCIAL	10
INDUSTRIAL	-
EDIFICIO ADMINISTRATIVO (PÚBLICO)	2
EDUCACIÓN:	1
PARTICULAR	1
PÚBLICA	-
CULTURA	-
COMPLEJOS RECREACIONALES	-
HOSPITALES Y CLÍNICAS Y OTROS DE SALUD	-
PARTICULAR	-
PÚBLICA	-
TRANSPORTES Y COMUNICACIÓN	-
IGLESIAS, TEMPLOS Y AFINES	1
MIXTA	12
OTROS	2

**FUENTE:** INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC) - EDIFICACIONES 2010

En el 2010 se han concedido 516 permisos de construcción en toda la Provincia Bolívar, siendo el principal fin de estos la construcción de residencias familiares un total de 488 y 28 permisos para otros fines.



## **2.2. DIAGNÓSTICO DE LA PROBLEMÁTICA**

La problemática de la industria de la construcción y de su financiamiento conjuga fenómenos de naturaleza económica – financiera, como el grado de desarrollo de la economía, la disponibilidad de las condiciones de crédito, las variaciones de la inflación, el comportamiento de las tasas de interés y el comportamiento del sector externo. Esta actividad es parte importante de todo el andamiaje que estructura la economía ecuatoriana, no hay actividad que no necesite la construcción, ni construcción que prescinda de producción.

El negocio inmobiliario tiene ciclos relativamente largos, por lo que el sector requiere de políticas e incentivos que permanezcan estables y a largo plazo. Los factores que han influido en este repunte se deben a la recuperación de la economía luego de la crisis mundial, asimismo a los incentivos y políticas del gobierno al sector, como el bono de US\$ 5.000 para la primera vivienda de hasta US\$ 60.000, asignación de recursos a la banca pública para créditos hipotecarios y el cambio de políticas en el IESS mediante la apertura de créditos hipotecarios que impulso a nuevos proyectos inmobiliarios con la utilización de propiedades del Seguro anteriormente abandonadas, entre otros.

La conformación de las viviendas depende de varios factores de trascendencia como es el crecimiento poblacional y económico que permite la construcción de unidades de vivienda y que permite el crecimiento de las ciudades.

Según el datos de INEC 2010, en el cantón Guaranda se registraron 10.348 viviendas propias, equivalente al 44.6 % del total de unidades de vivienda; el resto de 55.4% son alquiladas y de otras formas de tenencia.<sup>5</sup>

La propiedad de la vivienda, que es una legítima aspiración familiar se basa en un sistema de adquisición a través de compra venta de terrenos, de participación en cooperativas .Las familias guarandeñas desde hace varios años han mencionado una marcada tendencia a adquirir una casa en lugar de un departamento. En la actualidad el 79% de los compradores de viviendas prefieren una casa.

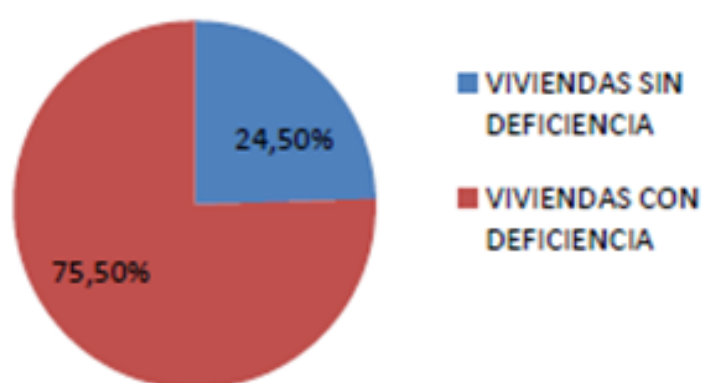
---

<sup>5</sup> [www.guaranda.gob.ec](http://www.guaranda.gob.ec)

### 2.2.1. Déficit habitacional cualitativo de las viviendas

Para determinar el déficit cualitativo de la vivienda, se consideró las deficiencias en: materiales, servicios básicos y hacinamiento, si al menos una de ella afecta a la vivienda, esta es considerada como vivienda con déficit habitacional cualitativo a nivel nacional el 75.5% de las viviendas presentan déficit cualitativo. <sup>6</sup>

**Gráfico No 3. Déficit cualitativo de la vivienda a Nivel Nacional**



FUENTE: INEC, ECV-QUINTA RONDA, 2005.2006

El 71.6% de las viviendas presentan deficiencia en materiales como: pisos, paredes y techo, el 40.3% presenta deficiencia en servicios básicos dentro de los que están: agua luz y servicio higiénico; el 29.8% de las viviendas tienen hacinamientos; es decir, habitan más de tres personas por dormitorio.

### 2.2.2. Fuentes de financiamiento para adquirir, remodelar, ampliar y construir viviendas.

#### 2.2.2.1. Crédito para la vivienda

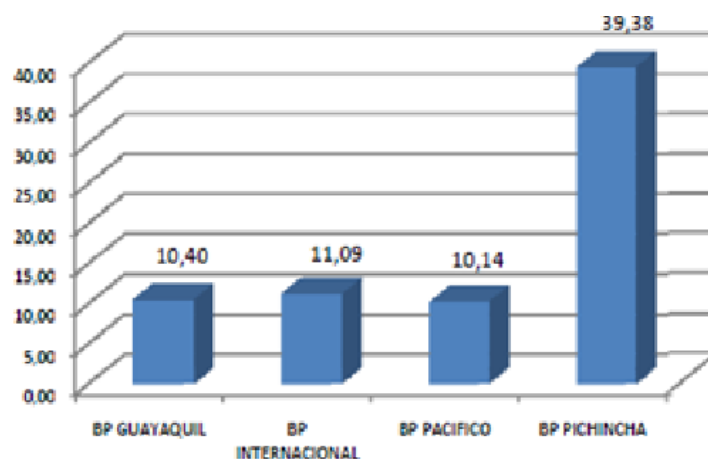
Actualmente y debido al incremento de precios de los bienes que se está produciendo en el mercado financiero la única forma de adquirir, construir, remodelar o ampliar una vivienda es mediante un crédito para la vivienda.

---

<sup>6</sup> Condiciones de vida de los ecuatorianos, Resultado de la Encuesta de Condiciones de Vida ECV Quinta Ronda, 2005 -2006.

Existen dos medios por los cuales se puede conseguir un crédito, uno de ellos es obtener un préstamo para la vivienda a través de empresas financieras como: cooperativas y mutualistas, en este caso se debe considerar: plazos, tasas de interés, requisitos, montos, etc. Las empresas financieras suelen otorgar préstamos hipotecarios que solo cubren el valor de la misma en un 70% del total y el 30% restante deberá ser pagado por el interesado. Las empresas financieras prestamistas suelen imponer como aval de crédito para la vivienda, el propio inmueble.<sup>7</sup> Otro medio para obtener un crédito para la vivienda es mediante una institución bancaria es decir a través de los bancos, estos pueden ser o no hipotecarios. La mayoría de estas instituciones existentes, tienen como especialidad otorgar estos tipos de créditos.

**Gráfico No 4. Participación de las instituciones financieras con el volumen de crédito más alto período 2007-2010**



FUENTE: [www.superban.gob.ec](http://www.superban.gob.ec)

De esta forma se concluye que los bancos privados que mayor participación tienen al momento de otorgar créditos hipotecarios a nivel nacional son: Banco Guayaquil, Internacional, Del Pacífico y Pichincha, siendo este último el que tiene el 39,38% de aportación. Estas cuatro instituciones abarcan el 71,01% del total de las 23 entidades financieras que conceden créditos para la vivienda en todo el territorio ecuatoriano.

Al realizar un análisis comparativo entre las cuatro principales instituciones bancarias que conceden créditos hipotecarios a nivel nacional se determinó que el banco de pichincha abarca el 55,46%, es decir que en el periodo comprendido entre el 2001 y el

<sup>7</sup> [www.miduvi.gob.ec](http://www.miduvi.gob.ec)

2010 se realizaron 18.410 operaciones con un monto total de USD \$727.316.547.000 de los préstamos ejecutados en todo el país.

**Cuadro No 7. Tasas de interés activas y efectivas por tipo de crédito**

		<b>TASAS ACTIVAS EFECTIVAS</b>		
		<b>PRODUCTIVO</b>	<b>CONSUMO</b>	<b>VIVIENDA</b>
		<b>PERSONAL</b>	<b>PERSONAL</b>	<b>PERSONAL</b>
<b>TASAS DE INTERÉS DE LA ENTIDAD</b>	tasa máxima	si	n/A	n/A
	fija	11.83%	16.30%	11.33%
	variables	si	si	si
	plan de pagos	mensual	mensual	mensual
<b>DETALLE POR TIPO DE PRODUCTOS</b>				
<b>Para las siguientes operaciones</b>				
<b>HIPOTECARIOS COMUNES</b>				
Crédito productivo con hipoteca (pymes)				
pq productivo pymes (créditos cuyo monto de operación y saldo adeudado en operaciones productivas a la ifi sea menor o igual a \$200.000.00)		11.83%		

**FUENTE:**[http://www.mutualistapichincha.com/mupi/producto\\_credito\\_oportuno.jhtml](http://www.mutualistapichincha.com/mupi/producto_credito_oportuno.jhtml)

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

El propósito de la empresa es satisfacer las necesidades de las personas que requieren estos productos y servicios, entregándoles un excelente servicio a los clientes, variedad y calidad en los productos, ambiente agradable, seguridad, infraestructura adecuada y precios que cuiden su economía.

#### **3.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

Debido a la escasez de estudios previamente realizados que pueden ser de interés para el proyecto, surgió la necesidad de recopilar información de primera mano de acuerdo con los objetivos de la investigación. Para ellos, se realizó una investigación de mercado que comprende la zona de influencia con el fin de tener una idea más clara del negocio y las condiciones del mercado.

#### **3.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

El problema investigativo consiste en determinar la factibilidad de crear un Franquicia Disensa del Depósito de Madera y Materiales de Construcción Viscarra en la parroquia Guanujo, del cantón Guaranda, de la provincia Bolívar; para lo cual se requiere establecer las características, necesidades y preferencias de los principales consumidores de materiales de construcción y productos de ferretería, así como su percepción acerca de la competencia y del servicio que actualmente reciben.

#### **3.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

##### **3.3.1. Objetivo General**

Proporcionar información mercadológica sobre la comercialización y venta de materiales de construcción en la zona de influencia del proyecto.

### **3.3.2. Objetivos Específicos**

- Determinar la frecuencia de compra y cantidad de artículos que adquieren los clientes para el cálculo de la demanda actual.
- Ratificar la existencia de una demanda insatisfecha dentro del mercado objeto de estudio con el fin de determinar el porcentaje que es factible satisfacer.
- Conocer la competencia existente en el sector con la finalidad de crear herramientas de diferenciación.
- Determinar el grado de aceptación de los clientes para con la nueva franquicia Disensa con el fin de segmentar el mercado objetivo.

### **3.4. BENEFICIARIOS**

Aquellos que se beneficiaran al implantar esta franquicia son los clientes que tendrán oportunidad de encontrar todo en materiales de construcción en un solo lugar encontrando satisfacción con el servicio brindado.

También se beneficiaran los colaboradores ya que al formar parte de un local franquiciado Disensa, la misma franquicia se encarga de otorgarla capacitación necesaria, así como mejorar sus condiciones laborales. Además de ser parte de una de las franquicias más importante de país.

Continuando con el concepto de oferta total, la canasta de productos ofrecida a nuestros consumidores finales se centra en productos para la obra gris de la construcción y demás productos básicos de la industria. El sistema de franquicia permite unificar estándares de calidad y atención al cliente, beneficiando principalmente al consumidor.

#### **3.4.1. Beneficiarios Directos**

Dentro de los beneficiarios directos de este proyecto están los propietarios de la empresa.

### **3.4.2. Beneficiarios Indirectos**

Dentro de los beneficiarios indirectos tenemos a los colaboradores, clientes, proveedores y el Estado Ecuatoriano por la participación de impuestos que genere el proyecto.

## **3.5. FUENTES SECUNDARIAS**

A continuación se detallan los datos más relevantes obtenidos gracias a estas fuentes y que sirvieron para la elaboración del presente estudio:

**3.5.1. Banco Central del Ecuador:** Como antecedentes para el presente estudio, esta fuente reporto que datos muy relevantes sobre el sector de la construcción expresado en los gráficos y cuadros en el presente trabajo.

**3.5.2. El Instituto Nacional de Economía y Censos:** Esta institución aportó con datos sobre la población, datos sobre los censos de población vivienda realizados en los últimos años. Esta información fue importante para estimar la demanda en el sector de la construcción.

**3.5.3. El Ilustre Municipio del cantón Guaranda:** En su página web se logró encontrar información valiosa para el desarrollo del presente trabajo.

## **3.6. FUENTES PRIMARIAS**

Desafortunadamente no existía suficiente información actualizada que se relacione con el presente estudio. Por tanto, los datos obtenidos directamente por parte de autores jugaron un papel primordial para conocer la situación del sector.

Inicialmente se recurrió a métodos cualitativos como: investigación exploratoria, la entrevista a expertos y la observación.

**3.6.1. Investigación exploratoria en las ferreterías del sector:** Se acudió a los principales puntos de venta de materiales de construcción en la zona de influencia del proyecto. Allí se logró contactar a personas clave dentro de cada empresa, quienes proporcionaron valiosa información financiera del negocio. Entre los datos más relevantes utilizados en este estudio está el promedio de ventas anuales de las principales ferreterías en el cantón Guaranda y parroquias urbanas y rurales.

Además se obtuvo importante información verbal acerca de la favorable situación financiera de las ferreterías más representativas del sector, lo cual denota que la comercialización de materiales de construcción es un negocio dinámico que maneja atractivos márgenes de rentabilidad y grandes volúmenes de ventas.

**3.6.2. Entrevista a expertos:** Con la finalidad de obtener información reciente sobre las condiciones del mercado se entrevistó al Ing. Wilson Viscarra gerente propietario Maderas y Ferretería Viscarra franquiciado Disensa, una ferretería de orden familiar con más de 15 años en el mercado.

En esta entrevista se logró constatar que la industria de la construcción está en crecimiento, pues sus ventas han ido en aumento durante los últimos meses, alcanzando un promedio de alrededor de 50.000 mensuales.

Además el Ing. Viscarra proporciono valiosa información sobre las preferencias de los clientes y recalco la importancia de un buen servicio y una puntual entrega de los pedidos realizados para el éxito de este negocio.

**3.6.3. Observación:** Este método sirvió para tener una idea más clara de la dinámica del negocio, las actividades principales del mismo y el flujo de clientes que atiende. Se observó que la facilidad de transporte de pedidos puede ser positiva o negativa, dependiendo de la seriedad y eficiencia con que se maneje este servicio, ya que en algunas ferreterías los clientes mostraron su malestar por la poca disponibilidad de volquetas o de despachadores que atiendan sus requerimientos, los cuales muchas veces eran urgentes y ya tenían un retaso.



Por otro lado, existen clientes con grandes demandas de materiales de construcción, quienes saben hacer valer su importancia, exigiendo precios competitivos y un mejor servicio. En ciertos casos, algunas ferreterías perdieron oportunidades de ventas, por desatender las necesidades de sus clientes.

**3.6.4. Encuestas:** Finalmente, los datos recolectados a través de las encuestas proporcionaron información específica acerca de las características del mercado en cada una de las parroquias, tomando en cuentas variables claves para este tipo de negocio, tales como: el producto, las expectativas y el perfil del cliente, las empresas rivales, las características de los sitios de venta, entre otros. Fue así como se definieron la particularidad de cada parroquia, al cabo de la investigación de mercados.

### 3.7. UNIVERSO

Para determinar la población o universo se tomó como dato La población Económicamente activa (de los 18 años a 64 años), del cantón es de 38.697 personas, según el último censo del año 2010, de las cuales 18.017 son hombres y 20.680 son mujeres, equivalentes al 46,53 y 53,44 por ciento, respectivamente.<sup>8</sup>

$$n = N Z^2 \sigma^2 / (N-1) e^2 + \sigma^2 Z^2$$

**Donde**

**n=** Tamaño de la muestra

**z<sup>2</sup>**= El nivel de confianza deseado se denota por z, el cual se acepta que sea de 95% en la mayoría de las investigaciones. El valor de z es entonces llamado número de errores estándar asociados con el nivel de confianza. Su valor se obtiene de la tabla de probabilidades de una distribución normal. Para un nivel de confianza de 95%, z =1.96

**σ<sup>2</sup>** = (sigma) es la desviación estándar que puede calcularse por criterio, por referencia a otros estudios o mediante una prueba piloto, para el caso **σ<sup>2</sup>** = 0.25

---

<sup>8</sup> [www.guaranda.gob.ec](http://www.guaranda.gob.ec)

**N** = Tamaño de la población.

**e2**= Error de muestreo 0.05, es decir el 5%<sup>9</sup>.

### **Cálculo**

$$n = 38.697 * (1.96^2) * (0.25^2) / (38.697 - 1) * (0.05^2) + (0.25^2) * (1.96^2)$$

$$n = 9291,1497 / 96,9826$$

$$n = 95,80$$

**n = 96** personas a ser encuestadas, para determinar la demanda insatisfecha (clientes).

En total se realizaron 96 encuestas con el propósito de obtener información reciente, confiable y veraz que contribuya a la toma de decisiones. El medio o instrumento empleado para recolectar datos fue un cuestionario de encuesta.

En los últimos años, el índice poblacional del cantón Guaranda ha tenido un incremento importante, en el último censo realizado por el INEC en el 2010 ha dado como resultado 115.751 habitantes y 27.609 viviendas, el promedio de ocupantes por vivienda giraba alrededor de 4 miembros y de lo observado en el último censo dicho promedio es de 4.19 ocupantes<sup>10</sup>, información que se puede verificar en el cuadro adjunto.

---

<sup>9</sup> BACA, Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Cuarta Edición, Editorial Mac Graw Hill, México DF 2001, Págs. 33 y 34.

<sup>10</sup>[http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com\\_remository&func=fileinfo&id=610&Itemid=420&lang=es](http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_remository&func=fileinfo&id=610&Itemid=420&lang=es)

**Cuadro No 8. Viviendas y población según los últimos censos**

ÁREA DE INFLUENCIA	2001		2010	
	VIVIENDAS	POBLACIÓN	VIVIENDA	POBLACIÓN
VEINTIMILLA, CHÁVEZ GUANUJO	5.301	20.742	14.162	55.374
CASCO URBANO (CIUDAD GUARANDA)	5.857	26.648	5.248	23.874
<b>PARROQUIAS RURALES</b>				
FACUNDO VELA	796	3.753	705	3.319
JULIO MORENO	683	2.674	753	2.948
SALINAS	1.198	5.551	1.257	5.821
SAN LORENZO	549	2.099	489	1.857
SAN SIMÓN	961	4.202	962	4.203
SANTA FÉ	440	1.815	425	1.752
SIMIATÜG	2.091	9.588	2.456	11.246
SAN LUIS DE PAMBIL	981	4.571	1.152	5.357
<b>TOTAL</b>	<b>18.857</b>	<b>81.643</b>	<b>27.609</b>	<b>115.751</b>

FUENTE: [http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com\\_remository&func=fileinfo&id=610&Itemid=420&lang=es](http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_remository&func=fileinfo&id=610&Itemid=420&lang=es)

ELABORADO POR: LA AUTORA

### 3.8. DISEÑO DEL INSTRUMENTO

El objetivo que se busca al aplicar la encuesta es conocer la aceptación de los pobladores de la región para implantar una nueva Franquicia Disensa, el cuestionario se lo elaborará con preguntas filtro que están relacionadas directamente con el tema de investigación, de tipo cerradas en las cuales se plantea varias alternativas de respuesta y con preguntas ordinales en donde se puede escoger en orden de prioridad los productos que más se consume; datos que ayudarán a identificar factores claves del comportamiento de la demanda.

El lugar escogido para realizar la encuesta es en las afueras de los puntos de venta de productos de ferretería y materiales de construcción en general, las personas que allí adquieren los clientes potenciales son consideradas como cliente potenciales.

### **3.8.1. Presentación de Resultados**

Una vez realizado el trabajo de campo, se editó cada uno de los formularios para asegurarse de que fueran legibles, completos, consistentes, precisos y que se han seguido adecuadamente todas las instrucciones.

A continuación, se presentan los resultados de cada pregunta con la interpretación respectiva que, como se demostró anteriormente, goza de un alto grado de confiabilidad.

#### **PREGUNTA No. 1**

**¿Cuál es su edad? (años cumplidos)**

**Respuesta:**

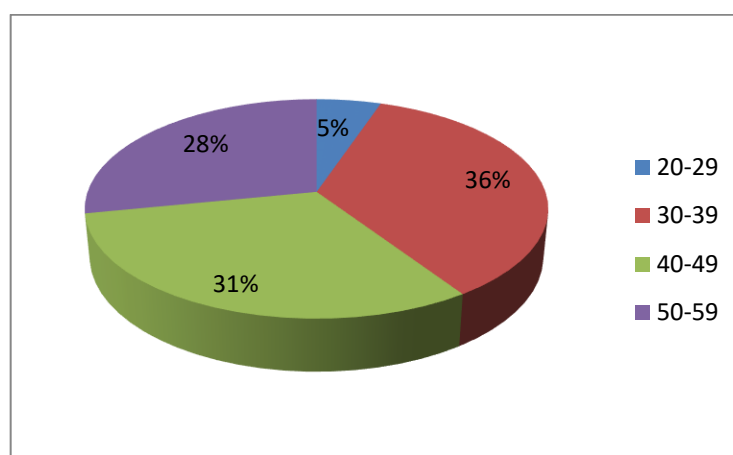
**Cuadro No 9. Edad de los encuestados**

<b>EDAD</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
20-29	5	5,21
30-39	34	35,42
40-49	30	31,25
50-59	27	28,13

**FUENTE:** ENCUESTAS REALIZADAS

**ELABORADO POR:** LA AUTORA

**Gráfico No 5. Edad de los encuestados**



FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORADO POR: LA AUTORA

Para el análisis de la edad se consideró toda la zona de influencia, pues se trata de información de carácter general para la clasificación de los encuestados.

Posteriormente, se establecieron los rangos mostrados en la tabla y se observa que la gran mayoría (95%) de los encuestados muestra edades comprendidas entre 30 y 59 años cumplidos. Esto quizás se debe a que los ingenieros, arquitectos y demás personas (familias) involucradas que requieren materiales de construcción necesitan reunir experiencia suficientes antes de iniciar proyectos inmobiliarios.

## **PREGUNTA No. 2**

**¿Usualmente en qué sector adquiere los productos de ferretería y materiales para la construcción?**

**Respuesta:**

**Cuadro No 10. Sector donde adquiere los productos**

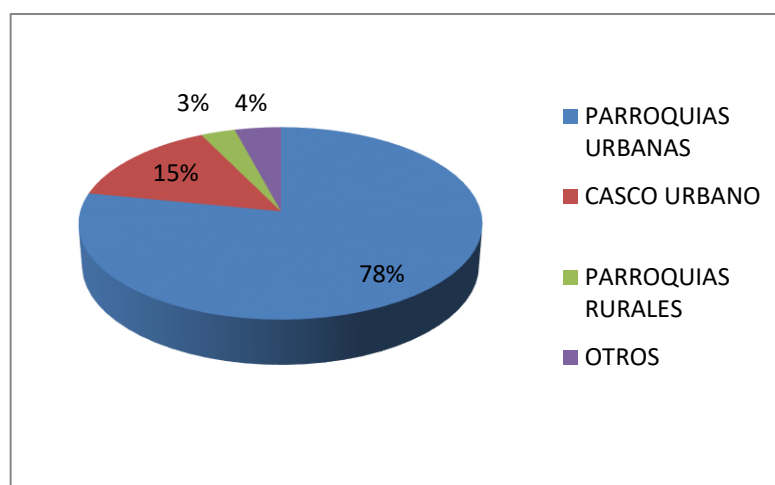
ALTERNATIVA	f	%
PARROQUIAS URBANAS	75	78,13
CASCO URBANO	14	14,58

PARROQUIAS RURALES	3	3,13
OTROS	4	4,17
TOTAL	96	100

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORADO POR: LA AUTORA

**Gráfico No 6. Sector donde adquiere los productos**



FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORADO POR: LA AUTORA

Se establece que el 78,13% de las personas que habitan en el cantón Guaranda compran dentro del área que corresponde a las parroquias urbanas del cantón, es decir de la parroquia Chávez, Veintimilla y Guanujo, el 15% en el casco urbano de la ciudad, el 3% en las parroquias rurales y el 4% en otros lugares como son San Miguel y Chimbo, entonces, se puede determinar que las personas que no salen de las parroquias urbanas de cantón para comprar materiales de construcción son la posible demanda del proyecto, mientras que el 22% restante se convertirían en el mercado meta.

### PREGUNTA No. 3

**¿A qué lugar acude para adquirir sus materiales para la construcción?**

**Respuesta:**

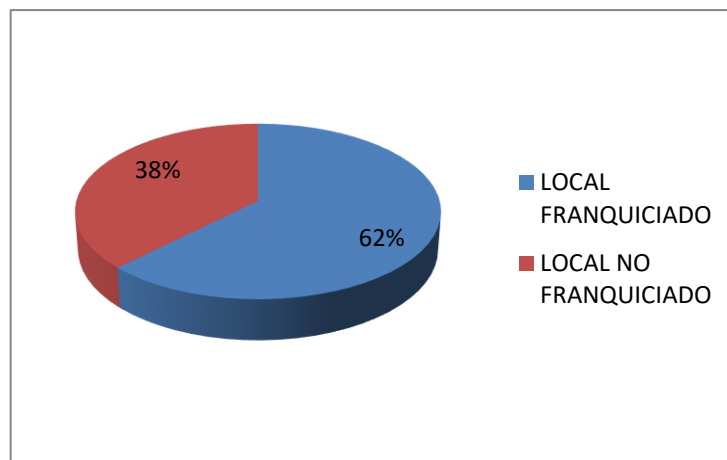
**Cuadro No 11. Lugar donde adquiere sus productos**

ALTERNATIVA	f	%
LOCAL FRANQUICIADO	60	62,5
LOCAL NO FRANQUICIADO	36	37,5
TOTAL	96	100

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORADO POR: LA AUTORA

**Gráfico No 7. Lugar donde adquiere sus productos**



FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORADO POR: LA AUTORA

Se establece que el 63% de las personas que habitan en el cantón Guaranda realizan sus compras en locales franquiciados de Disensa, el 38% lo hace en locales no franquiciados, es decir en ferreterías y otros lugares de expendio. Datos con los que se concluye que un gran porcentaje de habitantes del sector prefieren adquirir productos y materiales para la construcción en un local Franquiciado Disensa, mientras que el 38% restante mediante la publicidad puede empezar a hacerlo.

#### PREGUNTA No. 4

¿Con qué frecuencia concurre a ese lugar?

Respuesta:

**Cuadro No 12. Frecuencia de consumo**

ALTERNATIVA	f	%	F Anual	TOTAL
UNA VEZ A LA SEMANA	55	57,29	52 SEMANAS	2.979,17
CADA 15 DÍAS	35	36,46	24 QUINCENAS	840,00
CADA MES	6	6,25	12 MESES	75,00
OTRA	0	0	0	0
TOTAL	96	100	0	3894,17

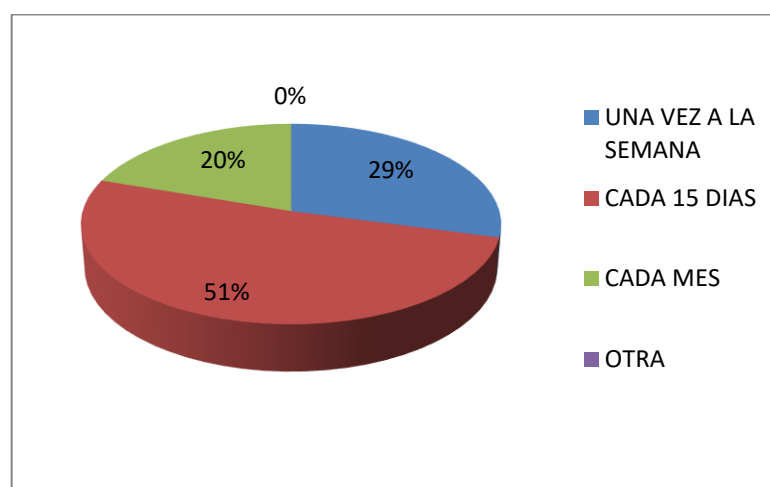
FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORADO POR: LA AUTORA

**PROMEDIO** =  $3894,17/96$

**PROMEDIO** = 40,56 veces al año

**Gráfico No 8. Frecuencia de consumo**



FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORADO POR: LA AUTORA



Se establece que el 37% de las personas realizan compras de materiales de construcción cada 15 días, el 57% una vez a la semana y el 6 % cada mes, calculando el promedio anual de visitas, se puede determinar que aquellas personas acuden 40,56 veces al año.

#### **PREGUNTA No. 5**

**¿Está satisfecho de comprar en el lugar mencionado en la pregunta 3?**

**Respuesta:**

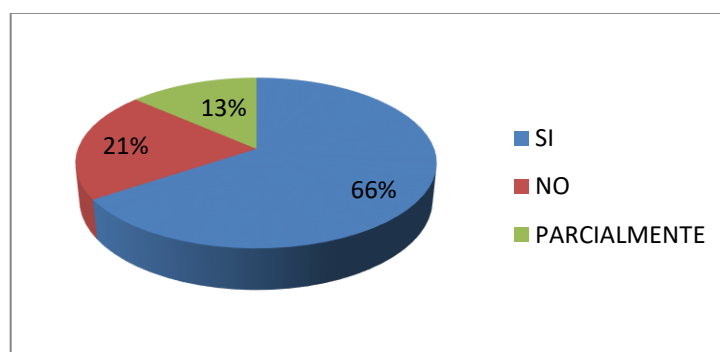
**Cuadro No 13. Satisfacción de lugar donde compra sus productos**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
SI	63	65,63
NO	20	20,83
PARCIALMENTE	13	13,54
TOTAL	96	100

**FUENTE:** ENCUESTAS REALIZADAS

**ELABORADO POR:** LA AUTORA

**Gráfico No 9. Satisfacción de lugar donde compra sus productos**



**FUENTE:** ENCUESTAS REALIZADAS

**ELABORADO POR:** LA AUTORA

Se establece que el 66% de las personas se encuentran satisfechas de adquirir los productos y materiales para la construcción en el lugar que acostumbran hacerlo, el 21% no lo están y el 14% está satisfecho parcialmente.

## PREGUNTA No. 6

¿Qué es lo que más le agrada del local de expendio?

Respuesta:

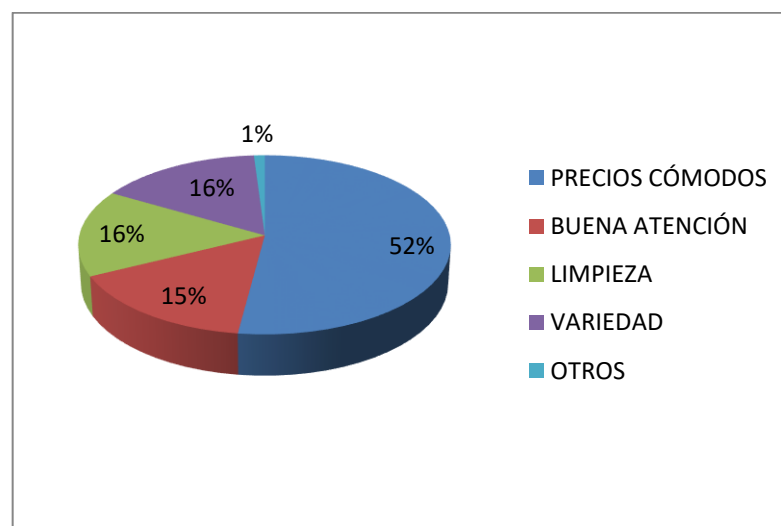
**Cuadro No 14. Lo que le agrada más del local**

ALTERNATIVA	f	%
PRECIOS CÓMODOS	50	52,08
BUENA ATENCIÓN	15	15,63
LIMPIEZA	15	15,63
VARIEDAD	15	15,63
OTROS	1	1,04
TOTAL	96	100

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORADO POR: LA AUTORA

**Gráfico No 10. Lo que le agrada más del local**



FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORADO POR: LA AUTORA

Se establece que el 52% de las personas se encuentran satisfechas con el lugar en donde realizan sus compras por los precios cómodos, el 16% por la limpieza, el 16% por la

variedad de productos, el 16% por la buena atención y el 1% por servicios como crédito, seguridad y asesoría, datos que facilitan conocer cuales son las fortalezas que la competencia posee y que la empresa puede tomarlas y mejorarlas para captar un mayor porcentaje del mercado.

#### **PREGUNTA No. 7**

**¿Cuánto invierte en sus compras en cada visita?**

**Respuesta:**

**Cuadro No 15. Valor que invierte en sus compras**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>f</b>	<b>%</b>	<b>CONSUMO PROMEDIO</b>	<b>TOTAL</b>
MENOR A \$100	60	63	50	3000
DE \$101 A \$300	30	31	200,5	6015
DE \$301 A \$500	4	4	400,5	1602
MAS DE \$501	2	2	501	1002
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100</b>	<b>2252</b>	<b>11619</b>

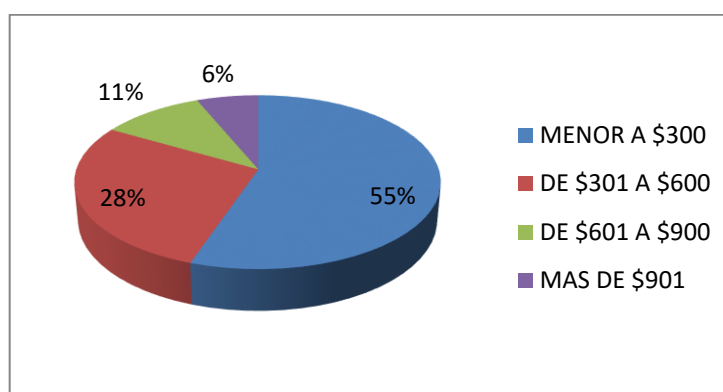
**FUENTE:** ENCUESTAS REALIZADAS

**ELABORADO POR:** LA AUTORA

**PROMEDIO** =  $11619/96$

**PROMEDIO** = \$ 121 de consumo por cliente

**Gráfico No 11. Valor que invierte en sus compras**



FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORADO POR: LA AUTORA

Se establece que el 63% de las personas invierten en sus compras menos de \$100, el 31% de \$101 a \$300, el 4% de \$301 a \$500 y el 2% más de \$501, promediando los datos recolectados en esta pregunta, se estima que cada persona invierte un total de \$121 en cada visita.

### **PREGUNTA No. 8**

**¿Cuáles son los productos que más adquiere cuando realiza compras para la construcción (Califique del 1 al 10 en orden de importancia)**

**Respuesta:**

**Cuadro No 16. Productos que más adquiere**

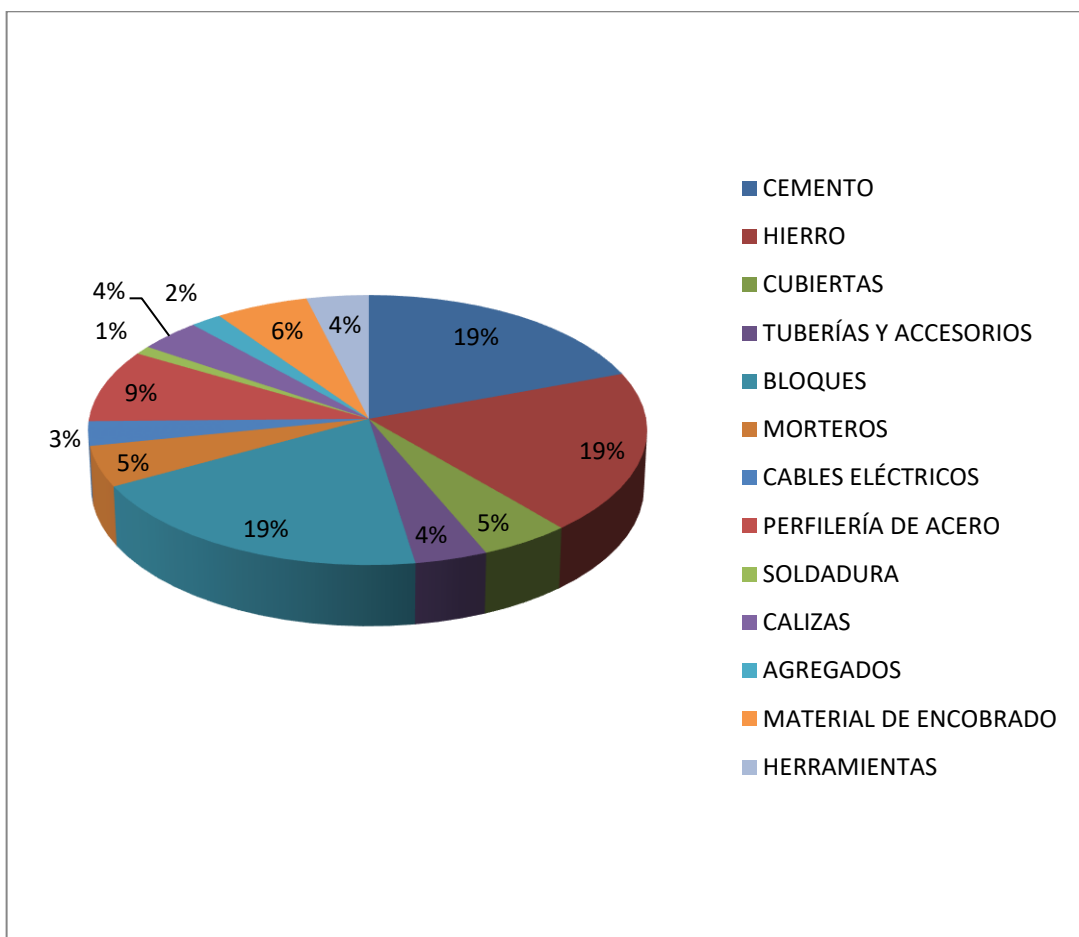
ALTERNATIVA	CALIFICACIÓN PROMEDIO	%
CEMENTO	12,75	20
HIERRO	12,75	20
CUBIERTAS	3,21	5
TUBERÍAS Y ACCESORIOS	2,55	4
BLOQUES	12,75	20

MORTEROS	3,19	5
CABLES ELÉCTRICOS	1,92	3
PERFILERÍA DE ACERO	5,75	9
SOLDADURA	0,67	1
CALIZAS	2,55	4
AGREGADOS	1,28	2
MATERIAL DE ENCOBRADO	3,82	6
HERRAMIENTAS	2,55	4
<b>TOTAL</b>	<b>63,74</b>	<b>100</b>

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORADO POR: LA AUTORA

**Gráfico No 12. Productos que más adquiere**



FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORADO POR: LA AUTORA

Esta pregunta indica los productos que la población del cantón Guaranda los considera más importantes y los consume con mayor frecuencia, en el gráfico se puede observar que los productos de mayor consumo como son cemento, hierro, cables eléctricos, cubiertas, bloques, tuberías y accesorios y productos como de perfilería de acero, soldadura, calizas, agregados, material de encofrado y herramientas son de menor consumo.

#### **PREGUNTA No. 9**

**¿Estaría dispuesto a comprar en un nuevo local Franquiciado Disensa que cumpla con sus expectativas?**

**Respuesta:**

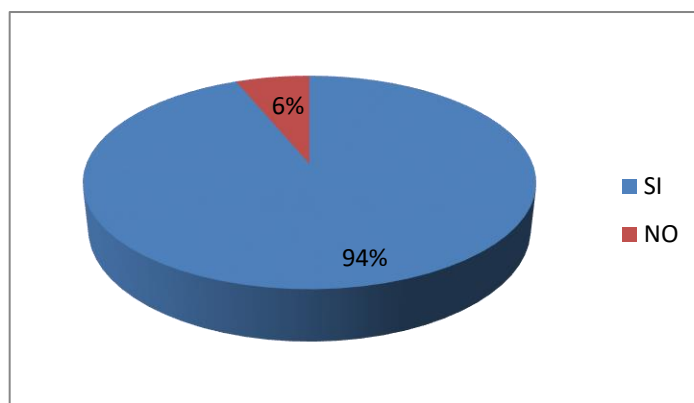
**Cuadro No 17. Aceptación de nuevo local franquiciado Disensa**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
SI	90	93,75
NO	6	6,25
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** ENCUESTAS REALIZADAS

**ELABORADO POR:** LA AUTORA

**Gráfico No 13. Aceptación de nuevo local franquiciado Disensa**



**FUENTE:** ENCUESTAS REALIZADAS

**ELABORADO POR:** LA AUTORA

Se establece que el 94% de las personas que habitan en el cantón Guaranda estarían satisfechas con la creación de un local Franquiciado Disensa con precios cómodos, variedad, seguridad y buena atención al consumidor y el 6% no, con estos datos se puede determinar que la aceptación del proyecto en el sector es alta y que solo un mínimo número de personas no lo están de acuerdo.

#### **PREGUNTA No. 10**

**¿Qué tipo de servicios le agradaría tener?**

**Respuesta:**

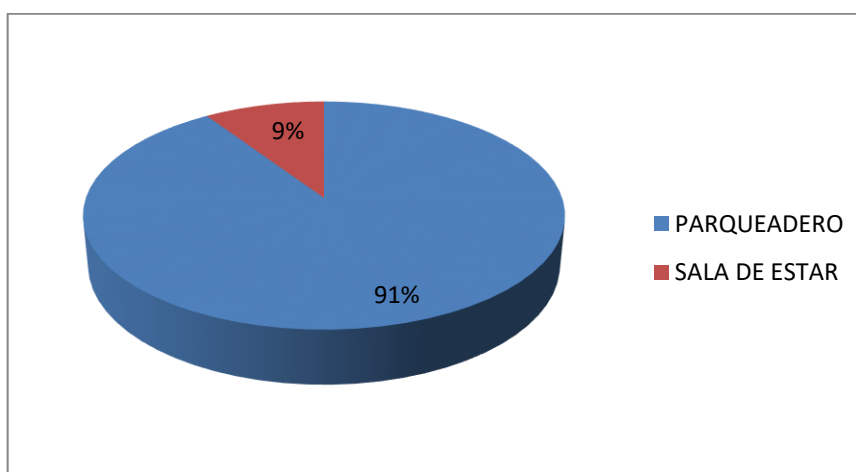
**Cuadro No 18. Servicio adicional que desea tener**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
PARQUEADERO	87	90,63
SALA DE ESTAR	9	9,38
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** ENCUESTAS REALIZADAS

**ELABORADO POR:** LA AUTORA

**Gráfico No 14. Servicio adicional que desea tener**



**FUENTE:** ENCUESTAS REALIZADAS

**ELABORADO POR:** LA AUTORA

Se establece que al 91% de las personas destaco la importancia del parqueadero como parte de las instalaciones del local, el 9% sala de estar, mediante esta información se puede determinar que el parqueadero es el servicio más solicitado por los clientes potenciales.

### **3.9. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

Este estudio previo revelo que la mayoría de los clientes encuestados están de acuerdo con la aceptación del proyecto, es decir, que estarían dispuestos a comprar en un nuevo punto de venta, como en este caso una nueva Franquicia Disensa.

Esta información corroboro la existencia de una oportunidad de negocio en el sector y genero buenas expectativas para la posterior realización de la investigación de mercados, la cual minimiza el grado de incertidumbre del proyecto.

Una vez analizada la encuesta se conoció el porcentaje de la aceptación del proyecto (pregunta 10), el perfil del posible consumidor, cuales son los productos que demandan en mayor cantidad y se determinó el valor agregado con el que contará, la importancia del parqueadero en las instalaciones.

Esta información corroboro la existencia de una oportunidad de negocio en el sector y genero buenas expectativas para la posterior realización de la investigación de mercados, la cual minimiza el grado de incertidumbre del proyecto.

### **3.10. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

Gracias a la información obtenida en esta investigación se pudo establecer el segmento de mercado en el que se enfocara la empresa, considerando aspectos geográficos, demográficos, pictográficos y conductuales.



## **GEOGRÁFICOS**

**Sector:** cantón Guaranda

**Parroquias:**

**Urbanas:** Veintimilla, Chávez y Guanujo.

**Rurales:** Facundo Vela, Julio Moreno, Salinas, San Lorenzo, Santa Fe, Simuatug y San Luis de Pambil.

## **DEMOGRÁFICOS**

**Edad:** 30 años en adelante.

**Género:** masculino y femenino.

**Ingresos mensuales:** mayores a \$600.

**Ocupación:** responsables de proyectos de construcción, arquitecto, ingeniero civil, pequeños constructores (maestros y propietarios).

## **PSICOGRÁFICOS**

**Clase social:** media, media alta y alta.

## **CONDUCTUALES**

Conocimiento del producto: con o sin conocimiento del producto.

Actitud hacia el producto: interés y capacidad de compra.

### **3.11. ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

En base al estudio de la demanda se determinan los resultados del proyecto, puesto que dentro de ésta se encuentran las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado como son: la necesidad real que tiene un bien o servicio, el precio, el nivel de ingreso de la población, los gustos y preferencias del consumidor, entre otros.

### 3.11.1. Demanda Actual

Para cuantificar la demanda actual de materiales de construcción en la zona de influencia del presente proyecto se utilizaron datos del Ilustre Municipio del Cantón Guaranda, del área de Planificación y el Instituto Nacional de Economía y Censos.

La siguiente tabla muestra el resultado de los censos de población y vivienda de los años 2001 y 2010, datos necesarios para poder calcular la tasa de crecimiento poblacional.

A continuación se presenta una proyección de viviendas a construirse en el área de influencia hasta el 2017 determinando de esta manera el tamaño del proyecto en estudio.

Se tomó de la fórmula de crecimiento poblacional, reemplazamos los datos que tenemos en el cuadro 9 reemplazamos los valores de la población base del 2001 y la población objetivo del año 2010 y el número de años a proyectar que en este caso sería 9 y despejamos y obtenemos el valor de la tasa de crecimiento poblacional.

**Cuadro No 19. Cálculo de la tasa de crecimiento**

TASA DE CRECIMIENTO		
M	=	$C(1+i)^n$
27.609	=	$18.857(1+i)^9$
1.464124728	=	$(1+i)^9$
1.04327203	=	$1+i$
0.04327203	=	$i$
<b><math>i=4.33\%</math></b>		

ELABORADO POR: LA AUTORA

Se ha tomado los datos del cuadro de la Proyección de la población objetivo, según el censo del año 2010, ya que a pesar de tener los datos sobre el número de permisos de construcción otorgados por año, no se reflejan en el número de viviendas existentes.

Se le ha calculado el número de viviendas que se han incrementado a partir de ese año según la tasa de crecimiento poblacional y el porcentaje de 4,19 habitantes por vivienda. Datos que se presenta a continuación en el siguiente cuadro:

**Cuadro No 20. Incremento de viviendas**

<b>AÑO</b>	<b>VIVIENDA</b>	<b>POBLACIÓN</b>	<b>INCREMENTO DE VIVIENDAS POR AÑO</b>
2010	27.609	115.751	
2011	28.804	120.763,02	1.195
2012	30.052	125.992,06	1.247

ELABORADO POR: LA AUTORA

Para calcular la demanda actual del proyecto es necesario considerar las preguntas filtro que se usaron en la encuesta.

**Filtro No. 1 (Pregunta 2)**

Número de viviendas que se construyeron en el año 2012	1247
Porcentaje de personas que compran productos de ferretería y materiales para la construcción dentro de las parroquias urbanas del cantón	78,13%
<b>TOTAL</b>	974,28

**Filtro No. 2 (Pregunta 3)**

Número de viviendas que se construyeron en el año 2012 quienes compraron los productos de ferretería y materiales para la construcción dentro de las parroquias urbanas del cantón	974,28
Porcentaje de personas que compran productos de ferretería y materiales para la construcción en un local franquiciado Disensa.	62,50%
<b>TOTAL</b>	608,93

**Filtro No. 3 (Pregunta 4)**

Número de viviendas de quienes adquirieron los productos de ferretería y materiales para la construcción en un local Franquiciado Disensa.	608,93
Número de compras al año.	40,56
<b>TOTAL</b>	<b>24.698</b>

Una vez que se ha filtrado la información, podemos concluir que la demanda actual del proyecto son 24.698 veces que las personas responsables de la construcción de viviendas acudieron a comprar en un local Franquiciado Disensa. Familias al año.

**3.11.2. Proyección de la Demanda**

Para proyectar el número de viviendas a construirse en el cantón Guaranda, se tomará como base el 4.33% de crecimiento anual (VER CUADRO 19).

**Cuadro No 21. Proyección de la demanda**

<b>AÑO</b>	<b>NUMERO DE VIVIENDAS CONSTRUIDAS</b>	<b>% QUE COMPRAN EN LAS PARROQUIAS URBANAS</b>	<b>% COMPRARON EN UN LOCAL FRANQUICIADO DISENSA</b>	<b>FRECUENCIA DE CONSUMO ANUAL</b>	<b>TOTAL DEMANDA ANUAL</b>
2012	1247	974	609	40,56	24.698
2013	1301	1017	635	42,31	25.757
2014	1357	1061	663	44,15	26.883
2015	1416	1106	692	46,06	28.047
2016	1477	1154	722	48,05	29.262
2017	1541	1204	753	50,14	30.529

ELABORADO POR: LA AUTORA

**3.12. ANÁLISIS DE LA OFERTA****3.12.1. Oferta Actual**

Según la investigación exploratoria en el cantón Guaranda, existen 20 locales dedicados a la comercialización y están distribuidos en varios puntos de la parroquia

principalmente; en el centro del cantón, en las parroquias Chávez, Veintimilla y Guanujo, cifra que para la zona no es significativa considerando el tamaño y población. De los 20 locales comerciales, tres son los que más influencia y prestigio tienen en la localidad, Ferretería “El Maestro” y Maderas y Ferretería Viscarra, situados en las parroquias de Chávez y Veintimilla respectivamente, la cifra restante pertenece a distribuidoras de mediano capital ubicadas más en el centro y en la parte norte del cantón, lugares de mayor concentración y movimiento de personas.

Para un mejor estudio de la oferta, se ha procedido a realizar fichas que contienen información general de los locales que a criterio del investigador son los más importantes y que se los podría considerar como competencia directa.

Adicionalmente se ha entrevistado a los dueños o empleados de los establecimientos a fin de conocer el número de personas que acuden semanalmente, resultados que se los presenta seguidamente:

**Cuadro No 22. Clientes semanales**

<b>NOMBRE</b>	<b>No. CLIENTES SEMANALES</b>
FERRETERÍA “COSILVANDI”	16
FERRETERÍA “BOLÍVAR”	14
FERRETERÍA VILLAGÓMEZ	15
FERRETERÍA “EL FERRETERO”	14
FERRETERÍA “PLAZA ROJA”	20
FERRE BORJA	26
FERRETERÍA BORJA	18
MADERAS Y FERRETERÍA VISCARRA	25
FERRETERÍA “EL MAESTRO”	25
<b>TOTAL</b>	<b>173</b>

ELABORADO POR: LA AUTORA

**PROMEDIO DE CLIENTES SEMANALES= 19.22**  
**TOTAL CLIENTES AL AÑO = 19.22\*52 = 999.55**

<b>CLIENTES SEMANALES</b>	<b>No. SEMANAS</b>	<b>TOTAL CLIENTES AL AÑO</b>
19	52	1000

En el cuadro 22 podemos observar el número de clientes que acuden semanalmente a las principales ferreterías del cantón Guaranda, posteriormente de saca el promedio de visitas y este número lo multiplicamos por las 52 semanas que tiene el año y obtenemos el número de cliente anuales.

A continuación se presenta una ficha con los datos de las ferreterías más representativas del cantón Guaranda.

**Cuadro No 23. Ficha 1**

<b>NOMBRE:</b>	FERRETERÍA “SU AMIGO”		
<b>UBICACIÓN</b>	CONVENCIÓN DE 1884 Y 10 DE AGOSTO	<b>SECTOR:</b>	PARROQUIA CHÁVEZ
<b>DATOS GENERALES</b>			
<b>LOCAL</b>	ARRENDADO ( X )    PROPIO (   )    ANTICRÉS (   )		
<b>ESPACIO</b>	ESTRECHO ( X )    MEDIANO (   )    AMPLIO (   )		
<b>EMPLEADOS</b>	1 DUEÑO (   )    DE 2 A 5 ( X )    DE 5 A 10 (   )		
<b>PRECIOS</b>	ALTOS ( X )    P.V.P (   )    BAJOS (   )		
<b>VARIEDAD</b>	NO VARIEDAD (   )    VARIADO ( X )    MUY VARIADO(   )		
<b>SERVICIO</b>	MALO ( X )    REGULAR (   )    BUENO(   )		
<b>PARQUEO</b>	NO ( X )    SI (   )		
<b>TIEMPO</b>	1 A 2 AÑOS (   )    3 A 4 AÑOS (   )    MAS DE 5 ( X )		

ELABORADO POR: LA AUTORA

FUENTE: FERRETERÍA “SU AMIGO”

**Gráfico No 15. Fachada de la ferretería “SU AMIGO”**



FUENTE: FERRETERÍA “SU AMIGO”

**Cuadro No 24. Ficha 2**

<b>NOMBRE:</b>	FERRETERÍA “BOLÍVAR”		
<b>UBICACIÓN</b>	GUSTAVO LEMOS Y 23 DE ABRIL	<b>SECTOR:</b>	PARROQUIA VEINTIMILLA
<b>DATOS GENERALES</b>			
<b>LOCAL</b>	ARRENDADO ( )    PROPIO( X )    ANTICRÉS ( )		
<b>ESPACIO</b>	ESTRECHO ( )    MEDIANO ( )    AMPLIO ( X )		
<b>EMPLEADOS</b>	1 DUEÑO ( )    DE 2 A 5 ( X )    DE 5 A 10 ( )		
<b>PRECIOS</b>	ALTOS ( X )    P.V.P ( )    BAJOS ( )		
<b>VARIEDAD</b>	NO VARIEDAD ( )    VARIADO ( X )    MUY VARIADO( )		
<b>SERVICIO</b>	MALO ( )    REGULAR ( X )    BUENO( )		
<b>PARQUEO</b>	NO ( X )    SI ( )		
<b>TIEMPO</b>	1 A 2 AÑOS ( X )    3 A 4 AÑOS ( )    MAS DE 5 ( )		

ELABORADO POR: LA AUTORA

FUENTE: FERRETERÍA BOLÍVAR

**Gráfico No 16. Fachada de la ferretería “BOLÍVAR”**



FUENTE: FERRETERÍA BOLÍVAR



**Cuadro No 25. Ficha 3**

<b>NOMBRE:</b>	FERRETERÍA VILLAGÓMEZ		
<b>UBICACIÓN</b>	MONSEÑOR CÁNDIDO RADA Y GENERAL ENRÍQUEZ	<b>SECTOR:</b>	PARROQUIA VEINTIMILLA
<b>DATOS GENERALES</b>			
<b>LOCAL</b>	ARRENDADO ( )    PROPIO ( X )    ANTICRÉS ( )		
<b>ESPACIO</b>	ESTRECHO ( X )    MEDIANO ( )    AMPLIO ( )		
<b>EMPLEADOS</b>	1 DUEÑO ( )    DE 2 A 5 ( X )    DE 5 A 10 ( )		
<b>PRECIOS</b>	ALTOS ( X )    P.V.P ( )    BAJOS ( )		
<b>VARIEDAD</b>	NO VARIEDAD ( ) VARIADO ( X ) MUY VARIADO( )		
<b>SERVICIO</b>	MALO ( )    REGULAR ( X )    BUENO( )		
<b>PARQUEO</b>	NO ( X )    SI ( )		
<b>TIEMPO</b>	1 A 2 AÑOS ( )    3 A 4 AÑOS ( )    MAS DE 5( X )		

ELABORADO POR: LA AUTORA

FUENTE: FERRETERÍA VILLAGÓMEZ

**Gráfico No 17. Fachada de la ferretería “VILLAGÓMEZ”**



FUENTE: FERRETERÍA VILLAGÓMEZ

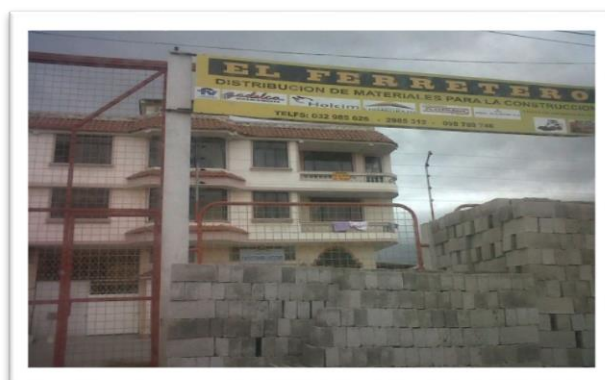
**Cuadro No 26. Ficha 4**

<b>NOMBRE:</b>	FERRETERÍA “EL FERRETERO”		
<b>UBICACIÓN</b>	PANAMERICANA NORTE Y S/N	<b>SECTOR:</b>	PARROQUIA GUANUJO
<b>DATOS GENERALES</b>			
<b>LOCAL</b>	ARRENDADO ( )    PROPIO ( X )    ANTICRÉS ( )		
<b>ESPACIO</b>	ESTRECHO ( )    MEDIANO ( X )    AMPLIO ( )		
<b>EMPLEADOS</b>	1 DUEÑO ( )    DE 2 A 5 ( X )    DE 5 A 10 ( )		
<b>PRECIOS</b>	ALTOS ( X )    P.V.P ( )    BAJOS ( )		
<b>VARIEDAD</b>	NO VARIEDAD ( )    VARIADO ( X )    MUY VARIADO( )		
<b>SERVICIO</b>	MALO ( )    REGULAR ( X )    BUENO( )		
<b>PARQUEO</b>	NO ( X )    SI ( )		
<b>TIEMPO</b>	1 A 2 AÑOS ( )    3 A 4 AÑOS ( X )    MAS DE 5 ( )		

ELABORADO POR: LA AUTORA

FUENTE: FERRETERÍA “EL FERRETERO”

**Gráfico No 18. Fachada de la ferretería “EL FERRETERO”**



FUENTE: FERRETERÍA “EL FERRETERO”

**Cuadro No 27. Ficha 5**

<b>NOMBRE:</b>	FERRETERÍA “PLAZA ROJA”		
<b>UBICACIÓN</b>	GARCÍA MORENO Y GENERAL ENRÍQUEZ	<b>SECTOR:</b>	PARROQUIA VEINTIMILLA
<b>DATOS GENERALES</b>			
<b>LOCAL</b>	ARRENDADO ( X )      PROPIO ( )      ANTICRÉS ( )		
<b>ESPACIO</b>	ESTRECHO ( X )      MEDIANO ( )      AMPLIO ( )		
<b>EMPLEADOS</b>	1 DUEÑO ( )      DE 2 A 5 ( X )      DE 5 A 10 ( )		
<b>PRECIOS</b>	ALTOS ( )      P.V.P ( X )      BAJOS ( )		
<b>VARIEDAD</b>	NO VARIEDAD ( )      VARIADO ( X )      MUY VARIADO( )		
<b>SERVICIO</b>	MALO ( )      REGULAR ( )      BUENO( X )		
<b>PARQUEO</b>	NO ( X )      SI ( )		
<b>TIEMPO</b>	1 A 2 AÑOS ( )      3 A 4 AÑOS ( )      MAS DE 5 ( X )		

ELABORADO POR: LA AUTORA

FUENTE: FERRETERÍA “PLAZA ROJA”

**Gráfico No 19. Fachada de la ferretería “PLAZA ROJA”**



FUENTE: FERRETERÍA “PLAZA ROJA”

**Cuadro No 28. Ficha 6**

<b>NOMBRE:</b>	FERRE BORJA		
<b>UBICACIÓN</b>	AV. GUAYAQUIL S/N Y VÍA PANAMERICANA NORTE	<b>SECTOR:</b>	PARROQUIA VEINTIMILLA
<b>DATOS GENERALES</b>			
<b>LOCAL</b>	ARRENDADO ( )    PROPIO ( X )    ANTICRÉS ( )		
<b>ESPACIO</b>	ESTRECHO ( )    MEDIANO ( )    AMPLIO ( X )		
<b>EMPLEADOS</b>	1 DUEÑO ( )    DE 2 A 5 ( X )    DE 5 A 10 ( )		
<b>PRECIOS</b>	ALTOS ( )    P.V.P ( )    BAJOS ( X )		
<b>VARIEDAD</b>	NO VARIEDAD ( ) VARIADO ( ) MUY VARIADO ( X )		
<b>SERVICIO</b>	MALO ( )    REGULAR ( )    BUENO( X )		
<b>PARQUEO</b>	NO ( )    SI ( X )		
<b>TIEMPO</b>	1 A 2 AÑOS ( )    3 A 4 AÑOS ( X )    MAS DE 5 ( )		

ELABORADO POR: LA AUTORA

FUENTE: FERRE BORJA

**Gráfico No 20. Fachada de FERRE BORJA**



FUENTE: FERRE BORJA

**Cuadro No 29. Ficha 7**

<b>NOMBRE:</b>	FERRETERÍA BORJA		
<b>UBICACIÓN</b>	MONSEÑOR CÁNDIDO RADA ENTRE SALINAS Y 9 DE ABRIL	<b>SECTOR:</b>	PARROQUIA VEINTIMILLA
<b>DATOS GENERALES</b>			
<b>LOCAL</b>	ARRENDADO ( )    PROPIO ( X )    ANTICRÉS ( )		
<b>ESPACIO</b>	ESTRECHO ( )    MEDIANO ( X )    AMPLIO ( )		
<b>EMPLEADOS</b>	1 DUEÑO ( )    DE 2 A 5 ( X )    DE 5 A 10 ( )		
<b>PRECIOS</b>	ALTOS ( )    P.V.P ( X )    BAJOS ( )		
<b>VARIEDAD</b>	NO VARIEDAD ( )    VARIADO ( )    MUY VARIADO ( X )		
<b>SERVICIO</b>	MALO ( )    REGULAR ( )    BUENO( X )		
<b>PARQUEO</b>	NO ( X )    SI ( )		
<b>TIEMPO</b>	1 A 2 AÑOS ( )    3 A 4 AÑOS ( )    MAS DE 5 ( X )		

ELABORADO POR: LA AUTORA

FUENTE: FERRETERÍA BORJA

**Gráfico No 21. Fachada de FERRETERÍA BORJA**



FUENTE: FERRETERÍA BORJA

**Cuadro No 30. Ficha 8**

<b>NOMBRE:</b>	MADERAS Y FERRETERÍA VISCARRA		
<b>UBICACIÓN</b>	GUSTAVO LEMOS Y 23 DE ABRIL	<b>SECTOR:</b>	PARROQUIA VEINTIMILLA
<b>DATOS GENERALES</b>			
<b>LOCAL</b>	ARRENDADO ( )    PROPIO ( X )    ANTICRÉS ( )		
<b>ESPACIO</b>	ESTRECHO ( )    MEDIANO ( )    AMPLIO ( X )		
<b>EMPLEADOS</b>	1 DUEÑO ( )    DE 2 A 5 ( )    DE 5 A 10 ( X )		
<b>PRECIOS</b>	ALTOS ( )    P.V.P ( )    BAJOS ( X )		
<b>VARIEDAD</b>	NO VARIEDAD ( )    VARIADO ( )    MUY VARIADO ( X )		
<b>SERVICIO</b>	MALO ( )    REGULAR ( )    BUENO( X )		
<b>PARQUEO</b>	NO ( X )    SI ( )		
<b>TIEMPO</b>	1 A 2 AÑOS ( )    3 A 4 AÑOS ( )    MAS DE 5 ( X )		

ELABORADO POR: LA AUTORA

FUENTE: MADERAS Y FERRETERÍA VISCARRA

**Gráfico No 22. Fachada de MADERAS Y FERRETERÍA VISCARRA**



FUENTE: MADERAS Y FERRETERÍA VISCARRA

**Cuadro No 31. Ficha 9**

<b>NOMBRE:</b>	FERRETERÍA “EL MAESTRO”		
<b>UBICACIÓN</b>	AV. CIRCUNVALACIÓN S/N Y VÍA CHIMBO	<b>SECTOR:</b>	PARROQUIA CHÁVEZ
<b>DATOS GENERALES</b>			
<b>LOCAL</b>	ARRENDADO ( )    PROPIO ( X )    ANTICRÉS ( )		
<b>ESPACIO</b>	ESTRECHO ( )    MEDIANO( X )    AMPLIO ( )		
<b>EMPLEADOS</b>	1 DUEÑO ( )    DE 2 A 5 ( )    DE 5 A 10 ( X )		
<b>PRECIOS</b>	ALTOS ( )    P.V.P ( )    BAJOS ( X )		
<b>VARIEDAD</b>	NO VARIEDAD ( ) VARIADO ( ) MUY VARIADO ( X )		
<b>SERVICIO</b>	MALO ( )    REGULAR ( )    BUENO( X )		
<b>PARQUEO</b>	NO ( X )    SI ( )		
<b>TIEMPO</b>	1 A 2 AÑOS ( )    3 A 4 AÑOS ( )    MAS DE 5 ( X )		

ELABORADO POR: LA AUTORA  
FUENTE: FERRETERÍA “EL MAESTRO”

**Gráfico No 23. Fachada de ferretería “EL MAESTRO”**



FUENTE: FERRETERÍA “EL MAESTRO”

### **3.12.2. Proyección de la Oferta**

Cabe mencionar además las razones por las que los clientes les compran a los actuales proveedores las mismas que son el transporte de pedidos, la ubicación que poseen los locales la variedad.

En el cantón Guaranda, existen 16 locales representativos dedicados a la comercialización de materiales para la construcción y productos de ferretería en general los mismos que se encuentran distribuidos en varios puntos del cantón principalmente en las parroquias urbanas de Veintimilla y Chávez.

De los 16 locales comerciales, se ha identificado que aquellos locales franquiciados Disensa son los que tienen más influencia y prestigio en la localidad. Para pronosticar el número de oferentes se tomó en cuenta que según el ministro de Finanzas, Patricio Rivera en el 2013 la economía crecerá más del 4%, impulsado por el sector de la construcción.<sup>11</sup>

Además según los Supuestos Macroeconómicos del 2012-2017, el crecimiento esperado de la industria de la construcción para el 2012 es de 6.10%, para el 2013 de 4.50%, para el 2014 de 3.16 % y para el 2015 en adelante es de 4.21 %.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup><http://www.omu.com.ec/hist%C3%B3rico-de-noticias/1020-ecuador-crecer%C3%A1-un-4-en-el-2013.html>

<sup>12</sup><https://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/Supuestos%20Macro2012-2015.pdf>



**Cuadro No 32. Proyección de la oferta**

<b>AÑO</b>	<b>No. DE LOCALES</b>	<b>PROMEDIO DE CLIENTES ANUALES</b>	<b>TOTAL DE LA OFERTA</b>
2012	16	1000	16.000
2013	17	1000	17.000
2014	17	1000	17.000
2015	18	1000	18.000
2016	19	1000	19.000
2017	20	1000	20.000

ELABORADO POR: LA AUTORA

### **3.13. DEMANDA INSATISFECHA**

La demanda insatisfecha, se la obtiene de la diferencia entre la cantidad de la demanda y de la oferta.

**DEMANDA ACTUAL - OFERTA ACTUAL = DEMANDA INSATISFECHA**

$$24.698 \quad - \quad 16.000 \quad = \quad 8.698$$

De las 8.698 es el número de veces que acudirán a comprarnos aquellos que estén construyendo una vivienda, son consideradas como demanda potencial insatisfecha, este proyecto prevé abastecer a un 50%, es decir a 4349 al año.

A continuación se presenta la proyección de la demanda insatisfecha para la nueva Franquicia Disensa presentada en el proyecto brindará sus servicios.

**Cuadro No 33. Demanda insatisfecha**

<b>AÑO</b>	<b>TOTAL DEMANDA ANUAL</b>	<b>TOTAL OFERTA ANUAL</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>50% DE PARTICIPACIÓN DEL MERCADO</b>
2012	24.698	16.000	8.698	4349
2013	25.757	17.000	8.757	4378,5
2014	26.883	17.000	9.883	4821
2015	28.047	18.000	10.047	5.023,5
2016	29.262	19.000	10.262	5.131
2017	30.529	20.000	10.529	5.264,5

ELABORADO POR: LA AUTORA

### **3.14. ANÁLISIS DE MARKETING MIX: PRODUCTO, PRECIO, PLAZA Y PROMOCIÓN**

Una vez que los mercados meta de la empresa han sido seleccionados y se ha decidido el posicionamiento del producto en dichos mercados, se debe diseñar e implementar el plan de acción que permita alcanzar el propósito establecido, facilitando así la conquista y explotación de dichos mercados meta.

#### **3.14.1. Producto**

Los productos que se venderá en la nueva Franquicia Disensa serán puestos a disposición de los clientes una amplia gama de marcas y precios, para que así puedan elegir los que lo más les satisfaga o les convenga.

#### **3.14.2. Marcas maestras para el proyecto**

- **Holcim:** El cemento es el producto de la mezcla de clinker, yeso y otras adiciones. El clinker es el resultado de la calcinación de calizas y arcillas que son extraídas de las canteras y trituradas junto al hierro. Una vez producido, el

cemento es almacenado y distribuido a los clientes en sacos de 50 kilos o al granel.<sup>13</sup>

- **Andec:** Aporta una amplia gama de productos como varillas de refuerzo para construcción, mallas electro soldadas, varillas lisas-grafitadas, alambrón y barras cuadradas. A solicitud de nuestros clientes, estamos en capacidad de efectuar campañas de producción especiales, tanto en diámetros y longitudes, con la finalidad de aportar en la optimización de costos.<sup>14</sup>
- **Plastigama de Amanco:** aportara con tubería en todos sus tipos como: tubería flex con uv para uso intemperie, cinta de riego, tubería para riego por surcos, compuertas, tubería y accesorios de pvc para drenaje subterráneo, tuberías y accesorios de pvc para riego móvil, accesorios astm para riego p e/c, tuberías y accesorios, unión roscable para agua caliente, tuberías y accesorios de presión unión roscable, tuberías y accesorios para uso sanitario, tubería y accesorios conduit unión por cementado solvente para instalaciones eléctricas y telefónicas, tubería conduit flexible con cable guía, sistema de canales y bajantes decorativos, tanques de polietileno.<sup>15</sup>
- **Intaco:** amplia cartera de morteros industrializados y productos químicos de calidad mundial que ofrecen productividad, eficiencia y economía a la industria de la construcción.
- **Hormipisos:** fabrica adoquines usados en miles de aplicaciones y diseños tanto a nivel público como privado, y en los que a pesar de su uso generalizado ningún proyecto se asimila a otro, garantizando siempre ese aire de distinción y exclusividad que proporcionan nuestras soluciones de pavimento.<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> <http://www.holcim.com.ec>

<sup>14</sup> <http://www.andecsa.com>

<sup>15</sup> <http://www.disensa.com>

<sup>16</sup> <http://www.hormipisos.com>

- **Electrocables:** aportara con cables en todos sus tipos como: conductores de cobre, conductores flexibles multipolares de cobre tipo st hhn--600 v..60 °°c, conductores de cobre tipo thw — 600 v..75 °°c, conductores de cobre tipo thwn y thhn — 600 v..90 °°c, conductores de cobre tipo ttu — 2000 v..75 °°c, cable de antena de tv, cables telefónicos para acometida e interconexión, conductores rígidos paralelos de cobre, conductores flexibles multipolares de cobre, conductores flexibles de cobre tipo “fxt,tff,tw--f” y conductores de aluminio.<sup>17</sup>
- **IPAC:** Fabricación de productos de acero laminados planos en caliente y frío, ángulos, perfiles y secciones laminadas, acero en lingotes y secciones sólidas de acero por trefilado, molido o doblado en frío.<sup>18</sup>
- **Indura:** es el proveedor de productos como gases (industriales y medicinales), soldaduras, alambres, electrodos, funetes, grafitos, varillas, compresores, hornos, máquinas para soldar, equipos de corte, cepillos y grates de corte y desgaste, pliegos de lija y equipos de protección personal.<sup>19</sup>
- **Rooftec del Ecuador:** cubiertas, entrepisos, perfiles, laminas, bobinas, para satisfacer las necesidades del mercado de la construcción y de la industria metalmecánica, con un portafolio de productos modernos, versátiles y económicos para sistemas constructivos livianos. <sup>20</sup>
- **Ideal Alambrec:** soluciones avanzadas para la transformación y revestimiento del metal, y el mayor fabricante mundial independiente de productos elaborados de alambre de acero. <sup>21</sup>
- **Bloqcim:** Fabricación de componentes estructurales prefabricados para obras de construcción o de ingeniería civil de hormigón, cemento, piedra artificial o yeso:

---

<sup>17</sup> <http://www.disensa.com>

<sup>18</sup> <http://www.ipac-acero.com>

<sup>19</sup> <http://www.indura.com.ec/productos>.

<sup>20</sup> <http://www.rooftec.com.ec>

<sup>21</sup> <http://idealalambrec.bekaert.com>

losetas, losas, baldosas, ladrillos, bloques, planchas, paneles, láminas, tableros, caños, tubos.<sup>22</sup>

### **3.14.3. Precio**

Para asignar el PVP a los artículos que se ofrecerán en la Nueva Franquicia Disensa, se seguirán varios aspectos importantes como son:

El precio de venta estará constituido por el costo de comercialización, administración y venta más una ganancia adicional.

El precio de los productos de la nueva empresa está establecido por Disensa por lo tanto formará parte de la estrategia comercial, por esta razón se dará una atención especial a los proveedores y se conseguir descuentos por cantidad y alternativas en la forma de pago y luego proceder a establecer el margen de utilidad que la empresa generará.

Para conseguir costos más bajos se comprará directamente a productores, eliminado la posibilidad de adquirir bienes a intermediarios.

La fijación por precio de mercado es la que más se usa en la actualidad y ya que existe competencia en la zona donde se está estudiando la factibilidad del proyecto, el precio se establecerá con relación a ésta.

Al realizar la investigación de mercado tomamos referencia los precios de los no franquiciados y de los que sí están franquiciados y como nos damos cuenta en la tabla hay productos que la franquicia realmente en algunos productos sus precios son inferiores.

---

<sup>22</sup> <http://www.bloqcim.com>

**Cuadro No 34. Precios de referencia franquiciado y no franquiciado**

<b>PRODUCTOS</b>	<b>NO FRANQUICIA</b>	<b>NO FRANQUICIA</b>	<b>FRANQUICIA</b>
Cemento	7.50	7.70	7.35
Arena	10	8	8
Piedra	10	8	8
Zinc 12 pies	11.3	11.5	10.32
Zinc 10 pies	9.6	9.8	8.6
Zinc 8 pies	7.9	8	6.88
Varilla 12*12	60.6	60.5	59.6
Varilla 10*12	56.6	56.5	55.6
Varilla 8*12	53.6	53.5	52.6

ELABORADO POR: LA AUTORA

#### **3.14.4. Plaza**

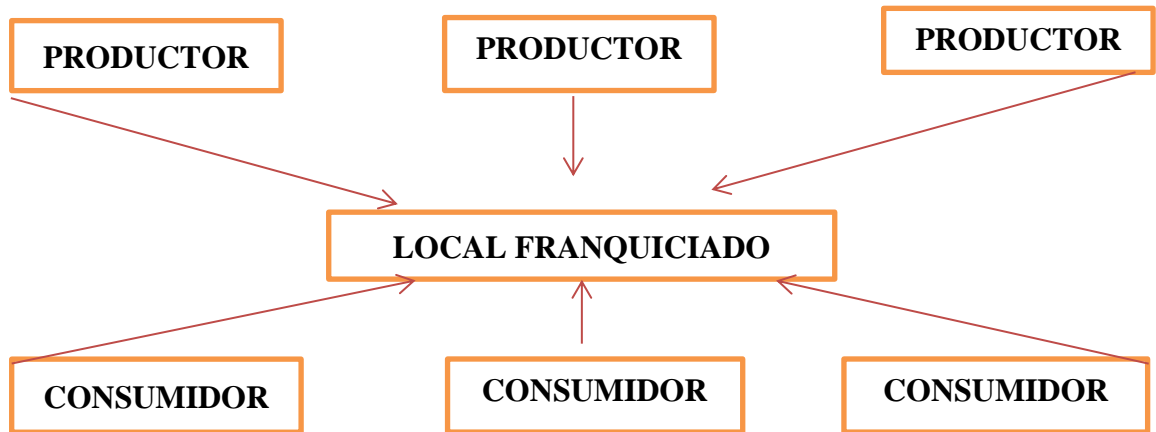
La distribución está considerada como la parte vital en el funcionamiento del negocio, debido a que aquí existe una interrelación con el cliente, tratar de satisfacer las necesidades de una demanda que cada día se vuelve más exigente se convierte en una meta dentro de la empresa y para alcanzarla es esencial contar con instalaciones adecuadas para un buen manejo de los productos, a fin de que la mercadería se encuentre organizada y bien distribuida, evitando confusiones y agilizando el despacho de la misma.

Otro punto importante dentro de la plaza es la atención al público, contar un equipo de trabajo que se involucre directamente con los objetivos de la empresa es indispensable; el entrenamiento, la capacitación constante y los incentivos serán políticas administrativas que se emplearán con la finalidad de brindar al cliente un servicio eficaz.

Considerando la capacidad de compra de la empresa, éste puede ser clasificado dentro del canal de mayoristas, que son aquellos que comercializan varios productos incluso

los competitivos entre sí, con esta información podemos determinar mediante el gráfico adjunto, el canal de distribución que manejará en el establecimiento:

**Gráfico No 24. Canal de Distribución**



FUENTE: [www.avizora.com](http://www.avizora.com)

### **3.14.5. Promoción**

La promoción dentro del marketing se compone por cuatro variables que son: Publicidad, Promoción de Ventas, Ventas Personales y Relaciones Públicas, de estas variables se aplicarán dos dentro de la empresa.

#### **3.14.5.1. Publicidad**

Para la introducción de la unidad de servicios al mercado se utilizará la ayuda de hojas volantes que serán repartidas en el sector, en las cuales se detallará el nombre de la nueva Franquicia Disensa, la dirección y algunos de los productos que se ofrece con su respectivo precio.

#### **3.14.5.2. Promoción de ventas**

La promoción de ventas es el medio para lograr la fluidez de la salida del producto y acelerar la rotación de stocks.

Para lograr la aceptación del cliente se les brindara el transporte de forma gratuita para las compras realizadas.

#### **3.14.5.3. Eslogan**

### **Líderes en Construcción**

#### **3.14.5.4. Rótulo de la empresa**

**Gráfico No 25. Rótulo de la empresa**



ELABORADO POR: LA AUTORA

#### **3.15. POSTVENTA**

La empresa ofrecerá un servicio, en el cual al momento que el cliente adquiera alguno de sus productos, en la empresa le harán entrega de una tarjeta con sus datos y el email, para hacerle el respectivo seguimiento y a la vez si es que sigue conforme con su adquisición, además de mostrarle los últimos productos de la empresa vía este medio.

Los servicios posteriores a la venta, tales como la instalación del producto, asesoría en su uso, mantenimiento y soporte, garantías, etc. Tiene el fin de brindar una buena atención al cliente, que es el de ganar la confianza y preferencia del cliente; pero además le permitirá a la empresa mantener contacto con él después de haberse realizado la venta.

En el caso de la empresa, entregara tarjeta de presentación, y llenara un formato para dejar datos en donde se estará en contacto y enviara información sobre los productos. Servicio de atención que brindara la empresa será cálido, cordial, demostrando al cliente lo eficiente y eficaz del servicio.



## **CAPÍTULO IV**

### **4.1. ESTUDIO TÉCNICO**

Este estudio permite establecer la localización y el tamaño adecuado de las instalaciones de la empresa, así como los insumos, mano de obra y la organización de los recursos físicos requeridos para las actividades diarias de este negocio.

### **4.2. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO**

El objetivo de esta fase consiste en determinar el tamaño o dimensionamiento que deben tener las instalaciones de la nueva Franquicia Disensa. La importancia del dimensionamiento, en el contexto del estudio de factibilidad, radica en que sus resultados constituyen una parte fundamental para la determinación de los activos fijos que deberán adquirirse.

### **4.3. FACTORES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO**

#### **4.3.1. El Mercado**

La nueva Franquicia Disensa orientará sus actividades comerciales a todo el sector de la construcción del cantón Guaranda; incluyendo a quienes se dedican a la construcción de una manera permanente y continua; y a los consumidores ocasionales. Acerca de los cuales es necesario recalcar que son numerosos, por lo que existe una gran demanda insatisfecha.

#### **4.3.2. Disponibilidad de Recursos Financieros**

Los recursos financieros necesarios para la implementación de la nueva Franquicia Disensa se conseguirán a través de un capital propio de los propietarios y de un préstamo bancario; con los cual se comprara se adquirirá la franquicia y los materiales de construcción, equipo de oficina y demás elementos indispensables para la implementación de la misma.

#### **4.3.3. Mano de obra Directa e Indirecta**

En este punto se define la cantidad de mano de obra directa e indirecta que se necesitara para poner el proyecto en ejecución.

##### **4.3.3.1. Mano de Obra Directa**

La mano de obra directa requerida es la siguiente:

**Cuadro No 35. Mano de obra directa**

<b>No.</b>	<b>CARGO</b>
1	Ayudante de almacén
3	Ayudante de bodega
2	Transportistas

ELABORADO POR: LA AUTORA

##### **4.3.3.1.1. Perfil y requisitos cargo de Ayudante de almacén**

Edad: 20-50 años.

Sexo: indistinto.

Estado civil: indistinto.

Estudios secundarios y de preferencia superiores en carreras contables, marketing, administración de empresas y especialidades afines.

Facilidad de relaciones interpersonales.

Experiencia mínima de un año en ventas.

##### **4.3.3.1.2. Tiempo de dedicación**

En el cargo de Ayudante de almacén se requerirá un tiempo de dedicación laboral de 8 horas diarias de lunes a viernes en horario de 8:00 am a 12:00 pm en las mañanas y en la tarde de 14:00pm a 18:00pm.

#### **4.3.3.1.3. Perfil y requisitos cargo de Ayudante de bodega**

Edad: 20-50 años.

Sexo: masculino.

Estado civil: indistinto.

Años de experiencia cero.

Preparación mínima de instrucción secundaria.

#### **4.3.3.1.4. Tiempo de dedicación**

En el cargo de Ayudante de bodega se requerirá un tiempo de dedicación laboral de 8 horas diarias de lunes a viernes en horario de 8:00 am a 12:00 pm en las mañanas y en la tarde de 14:00pm a 18:00pm.

#### **4.3.3.1.5. Perfil y requisitos cargo de Transportista**

Edad: 20-50 años.

Sexo: indistinto.

Estado civil: indistinto.

Tener licencia de conducir tipo E.

Experiencia mínima de un año.

Especialidad en manejar transportes de carga pesada.

Conocimiento de la ley de transporte pesado.

#### **4.3.3.1.6. Tiempo de dedicación**

En el cargo de Transportista se requerirá un tiempo de dedicación laboral de 8 horas diarias de lunes a viernes en horario de 8:00 am a 12:00 pm en las mañanas y en la tarde de 14:00pm a 18:00pm.

#### **4.3.3.2. Mano de obra Indirecta**

La mano de obra directa requerida consiste en: un gerente, una secretaria contadora y un guardia de seguridad.

**Cuadro No 36. Mano de obra indirecta**

<b>No.</b>	<b>CARGO</b>
1	Gerente General
1	Secretaria contadora
1	Guardia de seguridad

ELABORADO POR: LA AUTORA

##### **4.3.3.2.1. Perfil y requisitos del cargo de Gerente General**

Profesional titulado en Ingeniería de Empresas.

Mínimo dos años de experiencia en la dirección de negocios.

Manejo de equipos de trabajo.

Buen manejo de relaciones interpersonales.

Conocimiento de la ley tributaria, código de trabajo, entre otras leyes.

##### **4.3.3.2.2. Tiempo de dedicación**

En el cargo de Gerente General se requerirá un tiempo de dedicación laboral de 8 horas diarias de lunes a viernes en horario de 8:00 am a 12:00 pm en las mañanas y en la tarde de 14:00pm a 18:00pm.

##### **4.3.3.2.3. Perfil y requisitos cargo de Secretaria Contadora**

Edad: indistinto.

Sexo: indistinto.

Estado civil: indistinto.

Estudios realizados en áreas contables.

Poseer conocimientos sólidos en contabilidad tributaria, de costos entre otras.

Conocer sobre leyes laborales, tributarias, financieras, etc.

Experiencia mínima de dos años como contador.

Conocimientos específicos en: Tratamiento contable, a través de software.

#### **4.3.3.2.4. Tiempo de dedicación**

En el cargo de Secretaria Contadora se requerirá un tiempo de dedicación laboral de 8 horas diarias de lunes a viernes en horario de 8:00 am a 12:00 pm en las mañanas y en la tarde de 14:00pm a 18:00pm.

#### **4.3.3.2.5. Perfil y requisitos cargo de Guardia de Seguridad**

Sexo: masculino.

Estado civil: indistinto.

Edad: 30 años en adelante.

Certificado de estudios terminados.

Carta de no antecedentes penales (máximo 2 meses de su expedición).

Cultura del servicio.

Relaciones interpersonales.

Técnicas de observación y recorridos.

Control de accesos.

Defensa personal básica (aplicación de candados y llaves).

#### **4.3.3.2.6. Tiempo de dedicación**

En el cargo de Guardia de Seguridad se requerirá un tiempo de dedicación laboral de 8 horas en un horario comprendido de 20:00 pm a 6:00 am.

#### **4.3.4. Edificios e infraestructura**

Para el funcionamiento de la empresa se tiene previsto la construcción de una infraestructura para oficinas de 12\*10 metros. Las oficinas serán distribuidas para la

gerencia, administración, ventas y distribución; y la sala de recepción para atender a los clientes. Además es necesario recalcar que el tamaño es de 400 m<sup>2</sup>.

#### **4.3.5. Tamaño de la planta**

Para establecer el tamaño óptimo de la planta, se analizarán los factores que limitan su capacidad, encontrándose entre los más importantes, los mencionados a continuación:

#### **4.3.6. Demanda insatisfecha y participación del mercado**

El tamaño de la planta se vincula totalmente con el mercado, cuando la demanda insatisfecha es claramente superior la posibilidad de éxito es favorable, pero, si la demanda fuese igual al volumen de la planta, no sería recomendable llevar a cabo la instalación puesto que no existe la garantía de que todas aquellas personas que están emprendiendo una construcción que son consideradas demanda insatisfecha acudan al nuevo local Franquiciado Disensa adquirir los productos que necesiten.

Conforme al estudio realizado en la Demanda Potencial Insatisfecha, la demanda insatisfecha en el cantón Guaranda es creciente, además que los demandantes acostumbran a realizar sus compras en las parroquias urbanas (Guanujo, Chávez y Veintimilla) del cantón.

De acuerdo a los factores analizados, se estima que el proyecto podrá captar el 50% del total de la demanda insatisfecha, para conocer el número de clientes este porcentaje, se ha extraído el dato de la pregunta No. 4 de la encuesta, en la cual se hace referencia a la frecuencia de compra de los clientes, valores que se encuentran reflejados en el siguiente cuadro.

**Cuadro No 37. Participación del mercado**

<b>AÑO</b>	<b>% 50 PARTICIPACIÓN DEL MERCADO</b>	<b>PROMEDIO VISITAS AL MES</b>	<b>CLIENTES ANUALES</b>	<b>CLIENTES MENSUALES</b>
2012	4.349	3,38	1.286	107
2013	4.378,5	3,38	1.295	108
2014	4.821	3,38	1.426	119
2015	5.023,5	3,38	1.486	124
2016	5.131	3,38	1.518	127
2017	5.264.5	3,38	1.558	136

ELABORADO POR: LA AUTORA

#### **4.4. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

El propósito es encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; cubriendo las exigencias o requerimientos del mismo, pero de tal forma que se minimicen los costos de inversión así como los costos y gastos durante el periodo productivo, esta parte es fundamental para estimar las consecuencias a largo plazo.

Para este objeto se ha tomado en cuenta los siguientes elementos:

- Vías de comunicación.
- Servicios de transporte.
- Servicios básicos.
- Disponibilidad de mano de obra directa e indirecta.

##### **4.4.1. Macrolocalización**

El Depósito de Madera y Materiales de Construcción Viscarra se encuentra ubicado en la parroquia Guanujo, Ciudad de Guaranda, Provincia de Bolívar, perteneciente a la región sierra del país.

**Gráfico No 26. Mapa de Bolívar**



FUENTE: <http://www.google.com.ec/imgres>

Para determinar el sector en donde estará ubicada se diseñó el siguiente cuadro, tomando en cuenta factores como: cercanía al mercado de consumo, cercanía a proveedores, servicios públicos, disponibilidad de mano de obra, eje de desarrollo y otros factores (vías de comunicación, transporte, normas legales y factores ambientales.)

**Cuadro No 38. Ponderación de importancia de sectores para la macrolocalización**

RELACIÓN	
INSUFICIENTE	1-2
MALA	3-4
BUENA	5-6
MUY BUENA	7-8
EXCELENTE	9-10

ELABORADO POR: LA AUTORA



**Cuadro No 39. Factores considerados para la macrolocalización**

		SECTORES					
		NORTE		SUR		CENTRO	
FACTORES	IMPORTANCIA	RELACIÓN	% GANADO	RELACIÓN	% GANADO	RELACIÓN	% GANADO
<b>CERCANÍA MERCADO DE CONSUMO</b>	30%	8	24%	7	21%	6	18%
<b>CERCANÍA PROVEEDORES</b>	15%	8	12%	8	12%	6	9%
<b>SERVICIOS PÚBLICOS</b>	15%	10	15%	8	12%	10	15%
<b>DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA</b>	10%	9	9%	9	9%	9	9%
<b>EJE DE DESARROLLO</b>	20%	6	12%	6	12%	3	6%
<b>OTROS</b>	10%	6	6%	6	6%	6	6%
	100%		78%		72%		63%

ELABORADO POR: LA AUTORA

#### **4.4.2. Microlocalización**

Para determinar la parroquia en donde se desarrollara el presente proyecto se realizó, la siguiente matriz, la cual toma en consideración aspectos como: cercanía a los mercados consumidores, superficie disponible, vías de comunicación y transporte, acceso al predio, servicios públicos, seguridad y el eje de desarrollo y plusvalía.

**Cuadro No 40. Factores considerados para la microlocalización**

FACTORES	IMPORTANCIA	PARROQUIAS				
		GUANUJO	CHÁVEZ	VEINTIMILLA	CASCO URBANO	PARROQUIAS RURALES
<b>CERCANÍA A LOS MERCADOS CONSUMIDORES</b>	15%	10%	15%	15%	15%	5%
<b>SUPERFICIE DISPONIBLE</b>	15%	15%	10%	10%	10%	15%
<b>VÍAS DE COMUNICACIÓN Y TRANSPORTE</b>	15%	15%	15%	15%	15%	10%
<b>ACCESO AL PREDIO</b>	15%	15%	5%	5%	5%	10%
<b>SERVICIOS PÚBLICOS</b>	10%	10%	15%	15%	15%	5%
<b>SEGURIDAD</b>	15%	10%	10%	10%	10%	10%
<b>EJE DE DESARROLLO Y PLUSVALÍA</b>	15%	12%	10%	10%	10%	10%
	100%	87%	80%	80%	80%	65%

ELABORADO POR: LA AUTORA

En relación al lugar exacto en donde funcionara la Franquicia Disensa, fue determinada por que ya se cuenta con el terreno en la parroquia de Guanujo.

El mismo que tiene una amplia extensión de terreno la cual es propicia para la comercialización y almacenamiento de materiales de construcción. Además, cuanta con los servicios básicos necesarios para el normal funcionamiento de sus operaciones.

#### **4.4.3. Justificación de la localización**

La parroquia de Guanujo es un sector con un índice considerable de crecimiento de la construcción, ya que se está dando la creación de nuevas ciudadelas por el mismo, por lo que se prevé un crecimiento aún mayor.

El ya contar con el terreno para el desarrollo de las actividades tanto organizacionales como de comercialización, es una ventaja a razón de que no se pagaría arriendo, además el espacio disponible está acorde a las necesidades de la empresa.

El ubicarse en una zona donde existen otras empresas comercializadoras de diversos productos, permite a la empresa estar en un sector conocido donde tanto a los clientes como a los proveedores les resulta fácil la localización de la empresa.

#### **4.5. INGENIERÍA DEL PROYECTO**

El estudio de ingeniería es la etapa donde se define todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto tales como: procesos de comercialización, productos, proveedores, especializaciones técnicas de equipos y maquinaria pesada, programa de comercialización y servicio, distribución de la planta, talento humano y obras civiles.

Con respecto al talento humano la empresa contará con el Gerente General, una secretaria contadora, un ayudante de almacén, tres ayudantes de bodega, dos transportistas y un guardia de seguridad. (VER ANEXO 2)

En lo referente a la infraestructura la empresa estará compuesta por una sala de espera, una oficina para la administración, una sección para la secretaria contadora, el área de ventas, la bodega, estacionamiento y con baterías sanitarias.

##### **4.5.1. Especificaciones técnicas de los activos fijos**

Todos activos fijos necesarios para el proceso de comercialización, deberán estar en excelentes condiciones mecánicas, pues de este factor depende que la atención al cliente se dé justo a tiempo y en las condiciones requeridas por el mismo, para una satisfacción total.

**Cuadro No 41. Especificaciones técnicas de los vehículos**

<b>N°</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VIDA ÚTIL</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
1	MONTACARGAS	5	Marca Toyota, modelo 7FGU30, año mínimo 2000, cap. 6000lbs, combustible gas
1	CAMIÓN	5	Marca Hino, serie GH, año mínimo 2000, capacidad 8n metros cúbicos.
1	CAMIÓN	5	Marca Chevrolet, serie NPR, año mínimo 2000, capacidad 8n metros cúbicos, tipo plataforma.

ELABORADO POR: LA AUTORA

**Cuadro No 42. Especificaciones técnicas del equipo de computación y equipos de oficina y bodega**

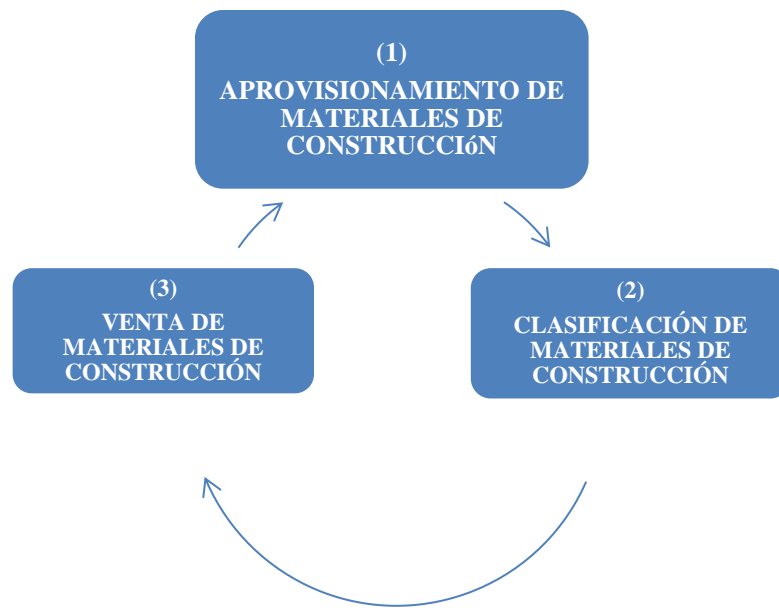
<b>N°</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VIDA ÚTIL</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
2	COMPUTADORAS	3	Pantalla LCD 20"; 750 disco duro; 4 GB en RAM; Procesador i5 Núcleo; wifi, teclado y mouse inalámbrico.
1	IMPRESORA	3	Impresora multifunción: conexión USB; EPSON
1	FAX	10	Panasonic
2	ESCRITORIOS	10	De madera de pino.
7	SILLAS	10	De madera de pino.
1	TELÉFONO	10	Panasonic
4	ANAQUELES	10	Metálicos de 2 por 1.5 metros

ELABORADO POR: LA AUTORA

#### **4.6. DIAGRAMA DE ACTIVIDADES**

En esta etapa, se diseñaron los diagramas de actividades para la venta del producto final.

**Gráfico No 27. Diagrama de actividades**

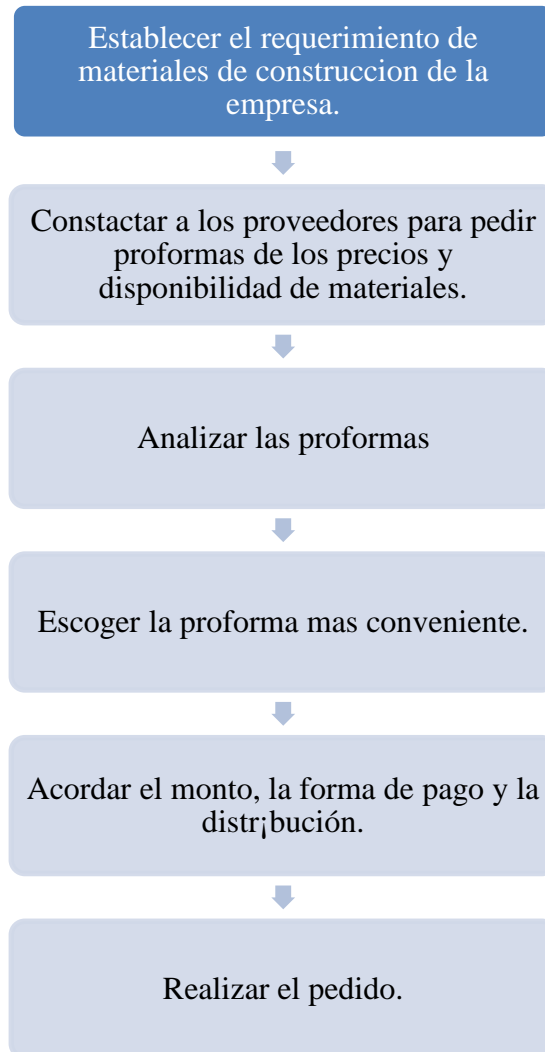


**ELABORADO POR: LA AUTORA**

#### 4.6.1. Actividades de la empresa

##### 4.6.1.1. Aprovisionamiento de materiales de construcción

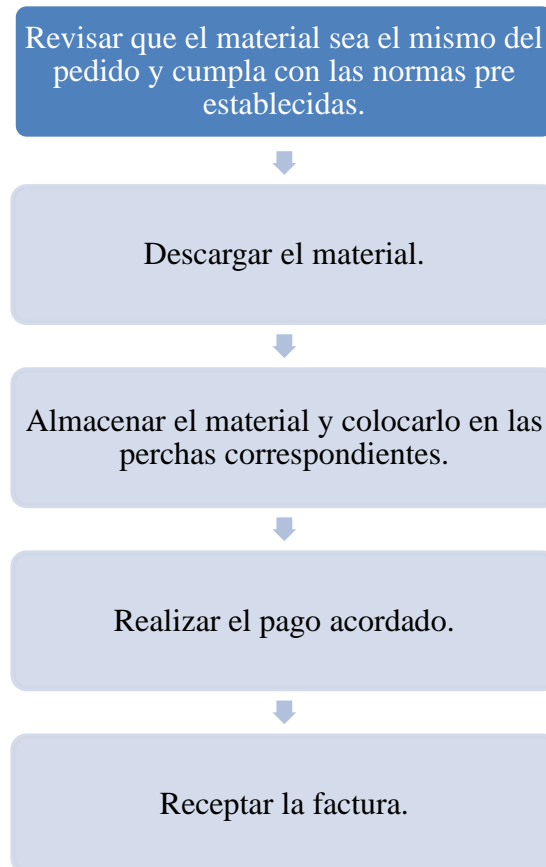
**Gráfico No 28. Flujograma de aprovisionamiento de materiales de construcción**



ELABORADO POR: LA AUTORA

#### 4.6.1.2. Recepción y almacenamiento de materiales de construcción

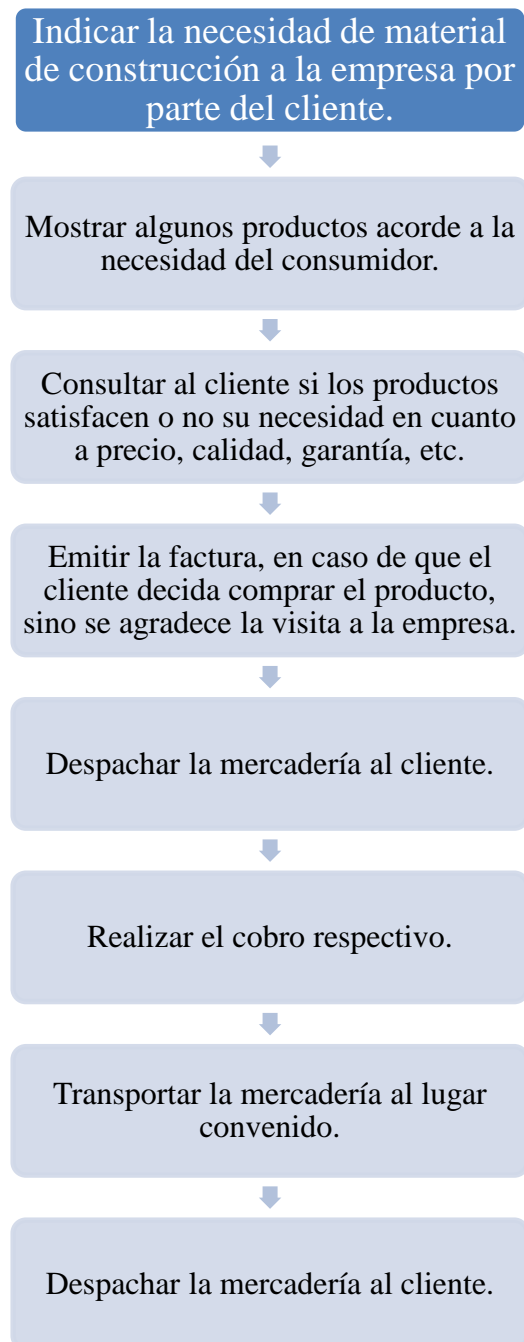
**Gráfico No 29. Flujograma de recepción y almacenamiento de materiales de construcción**



ELABORADO POR: LA AUTORA

#### 4.6.1.3. Venta de los materiales de construcción

##### 4.6.1.3.1. Venta personal dentro del establecimiento comercial



ELABORADO POR: LA AUTORA



## **4.7. SELECCIÓN DE TECNOLOGÍA**

Para la creación de la nueva Franquicia Disensa, no es necesario la utilización de alta tecnología, pero sí de maquinaria en excelentes condiciones de funcionamiento, tampoco se requiere de equipos sofisticados, ya que este proceso se lo realiza de forma sencilla, en la cual solo es necesario maquinaria como: montacargas y dos camiones. Esta maquinaria se la puede adquirir en concesionarias o patios de venta vehicular.

En el área de administración los equipos tecnológicos básicos son; las computadoras, que deben contar con los programas básicos de Microsoft Office, Internet y programas contables para poder registrar los movimientos y transacciones que realice la empresa y un fax.

### **4.7.1. Sistema informático**

Para el control y manejo de la empresa Disensa entrega al local Franquiciado Disensa y exige el uso del “Sistema Administrativo para la Franquicia Disensa” SAFDI. Es te sistema permite llevar un control de los inventarios, realizar facturas, cotizaciones, hacer órdenes de compra, guía de remisión, liquidación de compras, notas de crédito, notas de débito, recibos, retenciones.

### **4.7.2. Seguridad**

La empresa para precautelar su seguridad ha considerado la contratación de un guardia de seguridad que cuide de la empresa por las noches.

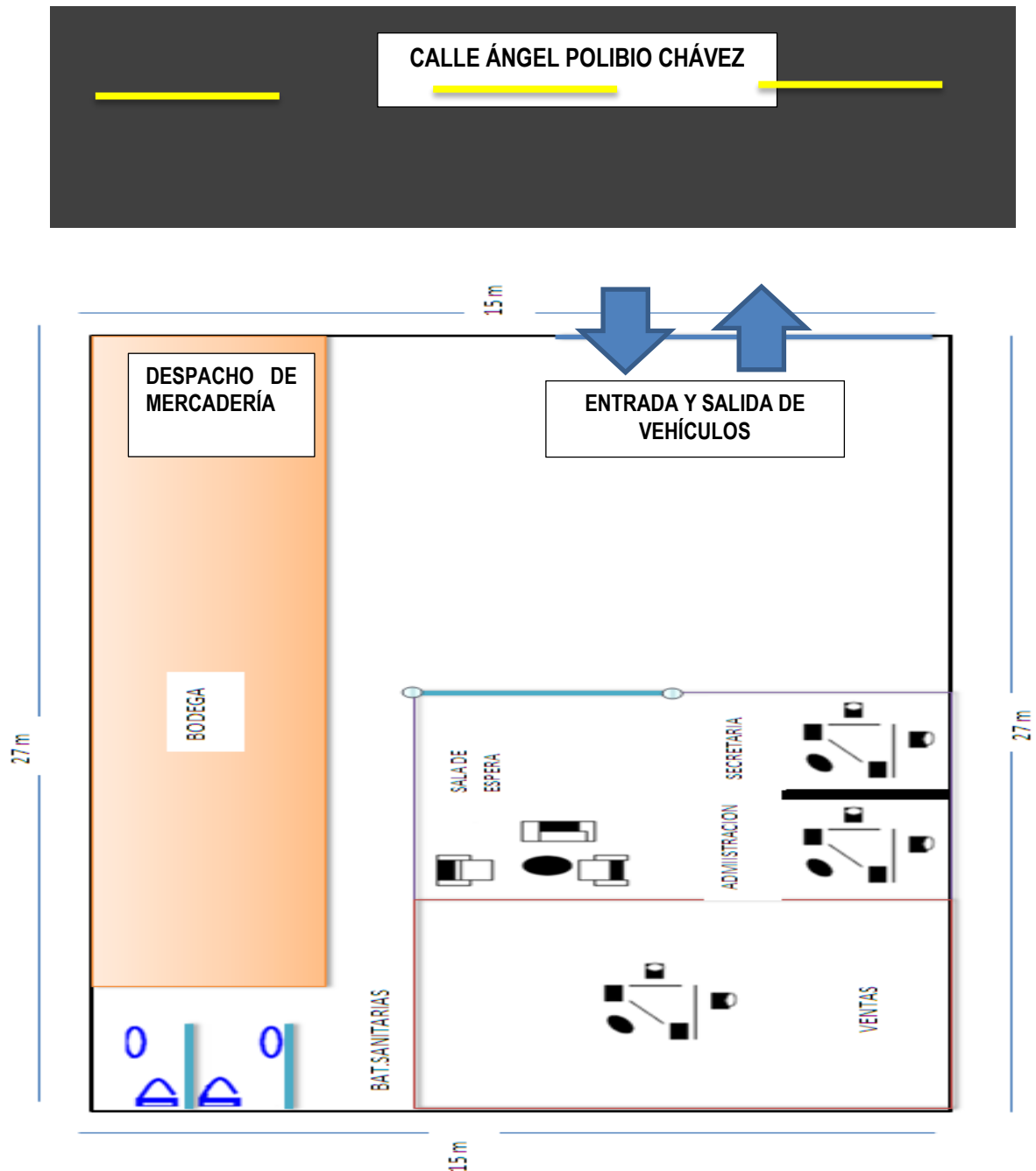
## **4.8. ASISTENCIA TÉCNICA**

La asistencia técnica que se utilizará para la maquinaria es un mantenimiento básico que se los realizará cada mes, el cual consiste en un cambio de aceite, lavada, engrasada y aspirada de filtros. En caso de encontrar alguna anomalía en el funcionamiento de la maquinaria se acudirá al mecánico profesional y de confianza para dar solución urgente a dicha falla. Y en cuanto a los equipos se refiere, de existir cierta falla se acudirá a su distribuidor para el arreglo respectivo.

#### 4.9. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

La distribución de la planta va acorde con las actividades de la empresa.

Gráfico No 31. Distribución en planta



ELABORADO POR: LA AUTORA

#### **4.10. CONTROL DE INVENTARIOS**

Los inventarios corresponden a valores y cantidades que tiene la empresa en su bodega, stock que le permita continuar con la actividad sea está el de producir o vender.

La empresa debe decidir cuál es el nivel que los stocks deben tener en cada momento para hacer frente a las posibles contingencias (demanda elevada, averías que interrumpen el proceso productivo, etc.). Así pues, la gestión de existencias implica adoptar decisiones sobre los inventarios y sus niveles, que la empresa va a mantener.

Como se mencionó en el punto de sistema informático, la empresa utilizada el “Sistema Administrativo para la Franquicia Disensa” SAFDI, con lo que deberá ingresar los datos de la mercadería al sistema y este registra las entradas y salidas de mercaderías, además de la verificación de las existencias. Este sistema abarca también las operaciones de búsqueda y obtención de materias primas, indicando las compras cuando se necesite, reabastecer.

##### **4.10.1. Mínimos**

En cuanto a los inventarios de los productos ferreteros serán mínimos debido a que éstos se pueden abastecer en 24 horas a su pedido.

#### **4.11. ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

##### **4.11.1. Nombre de la empresa o razón social**

El nombre de la empresa es la carta de presentación ante sus beneficiarios, refleja sus características con las que se diferencia del sector al que pertenece.

El nombre de la empresa es Depósito de Madera y Materiales de Construcción Viscarra, que pretende convertirse en una Franquicia Disensa. Actividad económica principal a la que se dedicará es a la comercialización de materiales para la construcción.

#### **4.11.2. Cultura Organizacional**

La empresa para crecer, generar utilidades, permanecer y evolucionar en el mercado, necesitan tener muy en claro con precisión hacia donde van, es decir la empresa debe formular su visión, misión, objetivos, estrategias, valores y política; estos son el reflejo de los principios que la organización posee y que para el caso de Depósito de Madera y Materiales de Construcción Viscarra son parte de una cultura organizacional.

#### **4.11.3. Misión**

Ofrecer a sus clientes todo tipo de materiales de construcción, con atención personalizada, un servicio eficiente de transporte y entrega de pedidos y las mejores garantías; actuando con honestidad y transparencia para superar sus expectativas y mejorar constantemente.

#### **4.11. 4. Visión**

Fortalecer nuestra posición a lo largo de la cadena de valor, orientados a la excelencia en la atención y el servicio al cliente y con esto ser líder en la venta de materiales de construcción, obteniendo una presencia predominante en Guaranda.

#### **4.11.5. Principios y Valores**

##### **4.11.5.1. Valores**

**Honestidad:** Realizar cada una de las acciones con verdad, transparencia e integridad y cumplir con todas las obligaciones contraídas con los clientes, proveedores, trabajadores y todos los miembros que la componen.

**Responsabilidad:** Compromiso total al cumplimiento de las obligaciones y los convenios que se contraigan con el cliente interno y externo.

**Confianza:** Mantener una comunicación efectiva con el cliente interno y el cliente externo, al momento de tomar una decisión y hacerlos partícipes de la misma.

**Lealtad:** Supone una conducta de buena fe con un sentido de compañerismo para con todos y cada uno de los miembros de la empresa.

**Profesionalismo:** Asumir el trabajo y hacerlo bien, compartiendo la visión de la organización con orientación plena a la satisfacción del cliente externo e interno.

**Innovación:** Aprovechar el alcance tecnológico para ofrecer a los clientes nuevos y mejores servicios.

**Trabajo en equipo:** Aunar esfuerzos de quienes hacen la empresa considerando que todos y cada uno de ellos son parte importante y fundamental para la ejecución eficiente de las actividades a realizarse en cada área de la organización.

#### **4.11.5.2. Principios**

- Todos los miembros que integren la empresa están obligados a actuar con honestidad, prudencia y cumplimiento en la normativa legal y fundamentando su comportamiento en el principio de que sus decisiones y sus acciones se toman como una causa que involucre el orden y el interés de la organización.
- Todos los vinculados al Depósito de Madera y Materiales Construcción Viscarra deben ejercer sus funciones y desarrollar sus actividades con la mejor de sus aptitudes y conocimientos con rigor, diligencia e integridad.
- Los miembros del Depósito de Madera y Materiales Construcción Viscarra están obligados a la discreción y confidencialidad respecto de informaciones que conozcan en desarrollo de sus actividades y funciones.

- Los Miembros del Depósito de Madera y Materiales Construcción Viscarra, no pueden aceptar tratos preferenciales ni prebendas para sí mismos o para terceros.

#### **4.11.6. Objetivos Organizacionales**

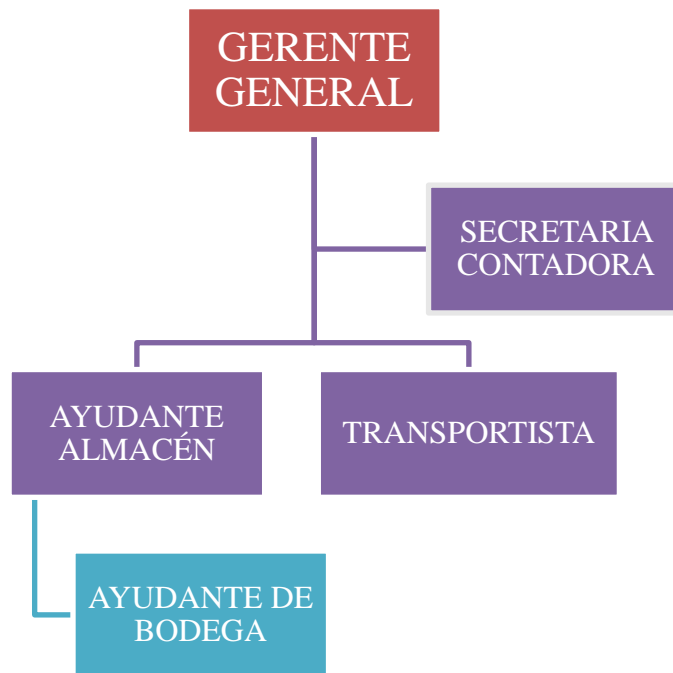
- Ser una empresa bien posicionada en el ramo de la comercialización de materiales de construcción, gracias a una gran eficiencia y confiabilidad.
- Poner a disposición del mercado productos de calidad a precios competitivos.
- Establecer relaciones duraderas con los clientes y superar sus expectativas.
- Ofrecer un excelente servicio al cliente, reflejado en la atención del personal y el oportuno transporte de los pedidos.
- Mantener la seriedad en el ámbito comercial y jurídico para contribuir con el desarrollo de la economía nacional.

### **4.12. ANÁLISIS INTERNO**

#### **4.12.1. Organigrama estructural**

Es la representación gráfica de la estructura de una empresa. Representa los departamentos que conforman la empresa; es un esquema sobre los diferentes niveles de jerarquía y la relación entre cada colaborador.

**Gráfico No 32. Organigrama estructural**

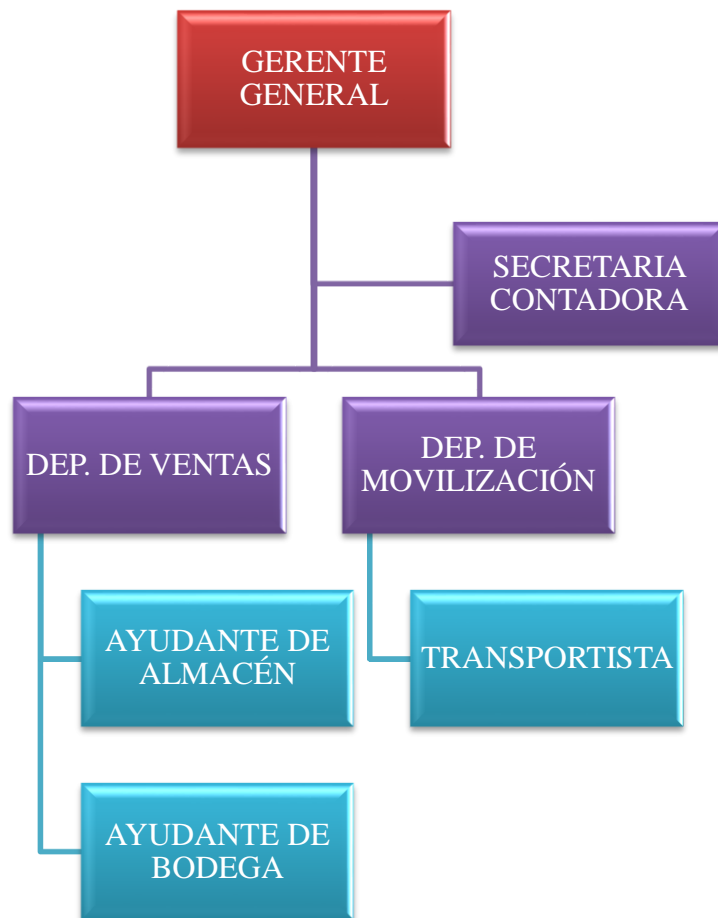


ELABORADO POR: LA AUTORA

#### **4.12.2. Organigrama funcional**

Es la representación gráfica de las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general. Relaciona también las actividades a desempeñar, si son operativos (rangos más bajos), supervisores o jefes (rangos medios) y dirección o administración (rangos altos).

**Gráfico No 33. Organigrama funcional**



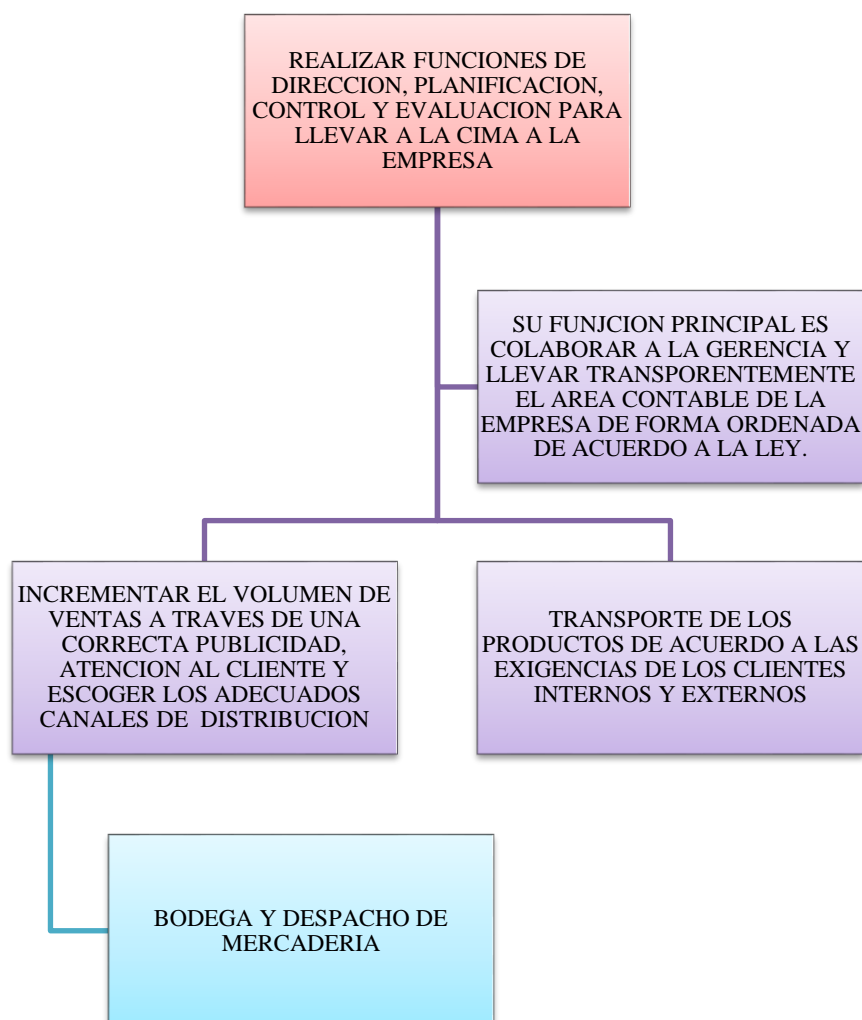
**ELABORADO POR: LA AUTORA**

#### **4.12.3. Manual de funciones**

En este tema se presenta cada una de las funciones del personal en sus respectivas áreas así como los responsables de los resultados, su propósito es dar a conocer las actividades y responsabilidades del talento humano en la empresa para poder obtener una mejor productividad. Ver anexo (2).



**Gráfico No 34. Detalle de las actividades en el organigrama funcional**



ELABORADO POR: LA AUTORA

#### **4.13. ÁMBITO LEGAL**

Para la conformación y funcionamiento de la empresa, es necesario tomar en cuenta todos los parámetros a seguir de tal manera que se eviten multas y sanciones.

El sector empresarial del Ecuador se encuentra representado por la Cámara Nacional de Microempresas cuyo objetivo principal es gestionar la integración y el desarrollo del sector micro empresarial del país en las ramas; de producción industrial, comercialización de bienes y prestación de servicios, mediante la capacitación en métodos alternativos que les permita ser más eficientes, elevar el nivel de ingresos y generar fuentes de trabajo.

El proyecto en estudio se determina como una Microempresa, con miras a un futuro de seguir incrementando su capacidad.

En lo que respecta con el proyecto es importante conocer los requisitos que debe cumplir para su funcionamiento, a continuación se detallarán cada uno de ellos:

Además de los requisitos mencionados anteriormente los requisitos que solicita la Franquicia Disensa son los siguientes:

#### **4.13.3. Requisitos solicitados por Disensa**

1. Ser comerciante de materiales para la construcción, establecido en el lugar de expendio: con este punto se cumple ya que la empresa viene desarrollando sus actividades desde el año 2000 y está establecido en un lugar definido de expendio.
2. Contar con todos los permisos de funcionamiento del local: los permisos de funcionamiento requeridos son: Impuestos de predio urbano, Patente municipal e Impuesto de Valor Agregado (IVA). De los cuales la empresa carece de la patente municipal. Para lo cual se debe efectuar el siguiente tramite.

Es un comprobante de pago emitido por la Administración zonal por la cancelación anual del impuesto de patente municipales se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial o industrial y opere en la ciudad de Guaranda.

**Tiempo de Obtención.-** De inmediato despacho a través de la ventanilla de recaudación.

#### **Requisitos**

En caso de inscripción para obtener la patente por primera vez, se debe presentar:

**Patente personas naturales:**

- Formulario de declaración del Impuesto de Patente, original y copia;
- RUC original y copia
- Copia de cédula de ciudadanía
- Copia de carta de pago del impuesto predial del año en curso
- Formulario de categorización emitido por la oficina de Control Sanitario (para las actividades comerciales que requieran el permiso sanitario)
- Calificación artesanal (en el caso de los artesanos)

**Patente persona jurídica:**

- Formulario de declaración del impuesto de patentes, original y copia.
- Escritura de constitución de la compañía original y copia.
- Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías;
- Copias de la cédula de ciudadanía.

Para el pago de patente cuando ya existe la inscripción el interesado deberá acercarse a partir del 2 de enero de cada año a la Administración Zonal respectiva. Para todo trámite deberá presentarse el certificado de votación de acuerdo a la Ley de Elecciones.

La patente anual se debe obtener dentro de los treinta días siguientes al día final del mes en que se inicia las actividades y a partir del dos de enero de cada año. La patente mensual por el ejercicio de actividades se pagará un impuesto mensual cuya cuantía está determinada en proporción a la naturaleza, volumen y ubicación del negocio.

3. Se dará preferencia a postulantes que posean camiones para retirar productos de las bodegas de proveedores. Los camiones deberán ser plataformas con carga mínima para cargar 14 ton. y su año de fabricación no más antiguo a 20 años: la empresa posee dos camiones que cumplen con las características que se requiere.

4. Disponer de suficiente capital de trabajo para poder manejar la gama de productos que distribuye Disensa: si dispone de capital de trabajo suficiente, la información será corroborada por los interesados de la ejecución del presente proyecto.
5. Estar afiliado a la Cámara de Comercio (registro comercial): este requisito no se cumple. Por tal razón se deberá proceder al siguiente trámite.

#### **Pasos a seguir para la inscripción en el Registro Mercantil:**

##### **a) Personas naturales:**

- Aprobación de un juez de lo civil de Bolívar (debe constar la notificación del Registrador Mercantil del Cantón Guaranda).
- Afiliación a la Cámara de Comercio de Guaranda. Con esto solicitar el registro mercantil, pagos al Ilustre Municipio del Cantón Guaranda.
- Adjuntar la copia de la cédula de ciudadanía.
- Si se trata de persona extranjera, fotocopia del oficio emitido por el MICIP aprobando la actividad comercial y fotocopias de pasaporte o cédula de ciudadanía.

##### **b) Persona jurídica para inscribirse en el Registro Mercantil:**

- Escritura de constitución de la empresa (mínimo tres copias).
- Pago de la patente municipal.
- Exoneración del impuesto del 1 por mil de activos.
- Publicación en la prensa del extracto de la escritura de constitución.
- Certificado de afiliación a una de las cámaras de la producción.

#### **Licencia de funcionamiento**

- Formulario de la licencia de funcionamiento.
- Copia de la cédula y papeleta de votación.
- Copia impuesto predial.

- Copia del RUC (actualizado).
- Copia de licencia de funcionamiento si es renovación.
- Línea de fábrica.
- Uso de suelo certificado ambiental.

6. Disponer de dirección de correo electrónico para envío de comunicaciones: con este aspecto si cumple.

#### **4.13.4. Preparación de carpeta para solicitud de aprobación**

##### **4.13.4.1. Para personas naturales:**

- Registro único de contribuyentes.
- Presentar cédula de ciudadanía y certificado de votación.
- Presentar referencias bancarias y de tarjetas de crédito.
- No constar en central de riesgo como deudor, categorías: b - c - d - e.
- Tener obligaciones tributarias al día.
- Presentar información financiera de los últimos 3 años de su actividad comercial.
- Anexar originales de 3 referencias comerciales y 3 referencias personales.
- Enviar comunicación al Gerente General de Adfranec, según formato anexo 3., acompañada de fotografías del local, con ubicación, metraje de bodega y más facilidades del local.
- Llenar formato solicitud, archivo anexo 3.

##### **4.13.4.2. Para personas jurídicas:**

- Copia del registro único de contribuyentes.
- Copia de las escrituras de constitución de la empresa.
- Copia del nombramiento del Representante legal de la empresa.

- Nómina de accionista, última información presentada a la Superintendencia de Compañías.
- Certificado de cumplimiento de obligaciones ante la Superintendencia de Compañías.
- Copias de las cédulas y certificado de votación del Representante Legal y accionistas.
- Copia de los estados financieros del SRI de los últimos 3 años de la empresa que busca obtener la franquicia; o en el caso de ser una empresa nueva, presentar estados financieros de su accionista mayoritario.
- Referencias bancarias de la empresa, accionistas y representante legal en originales.
- Poseer 3 referencias personales del representante legal y accionista mayoritario. Además de 3 referencias comerciales afines con el negocio. Estos documentos deben ser originales.
- Enviar comunicación al Gerente General de Adfranec, según formato anexo 3, acompañada de fotografías del local, con ubicación, metraje de bodega y más facilidades del local.
- Llenar formato solicitud, archivo anexo 4. 23

---

<sup>23</sup> [www.disensa.com](http://www.disensa.com)

## **CAPÍTULO V**

### **5. ESTUDIO AMBIENTAL**

El presente Estudio de Impacto Ambiental, para la Operación del nuevo local Franquiciado Disensa, representada por la señora Carmen Viscarra, constituye la respuesta a uno de los objetivos planteados y los requerimientos de las entidades que controlan y regulan la actividad ambiental vigente en el país.

El objetivo general del Estudio de Impacto Ambiental, es realizar un análisis global introductorio que posibilite soluciones prácticas eficientes y definitivas a los problemas, efectos y resultados que dentro del tópico medioambiental pudieran generarse como consecuencia de las actividades productivas.

El Plan de Mitigación Ambiental propuesto, se encamina a la minimización o eliminación de los impactos producidos al medio ambiente. Consta de medidas distributivas en planes de seguimientos y verificación para el cumplimiento del Plan de Manejo Ambiental, disposición adecuada de residuos, seguimientos y control de calidad de los componentes ambientales.

#### **5.1. Alcance del Estudio**

El alcance del Estudio Ambiental y Plan de Manejo Ambiental está orientado a determinar si las actividades del nuevo local Franquiciado Disensa se encuentran enmarcadas en la legislación nacional vigente, y son únicamente aquellas que se llevarán a cabo dentro de las instalaciones, y que están asociadas a la comercialización de materiales para construcción en general. Se desarrolló la descripción de las instalaciones y sus actividades que fueron inspeccionadas como parte del Estudio.

#### **5.2. Descripción de las operaciones**

Operativamente, el nuevo local Franquiciado Disensa estará dividida en las siguientes áreas:

**Administración:** La conformará la oficina del gerente y de la secretaria contadora. Aquí se realizan todos los procesos contables y administrativos de la comercialización de los productos que la empresa ofrece al público.

**Área de almacenamiento y despacho de productos:** Comprenderá el 80% del área, donde se encuentran los productos para la comercialización.

**Servicios auxiliares:** Se incluyen los servicios que no intervienen directamente en las actividades de la empresa, pero que son necesarios para la operatividad, como son: estacionamiento, baterías sanitarias, etc.

### **5.3. SERVICIOS BÁSICOS**

#### **5.3.1. Energía Eléctrica**

La energía eléctrica, necesaria para el funcionamiento de los equipos y alumbrado es provista por la Corporación Nacional de Electricidad S. A. CNEL, a través de una acometida que proviene de las líneas de electrificación del sector.

#### **5.3.1. Abastecimiento de agua**

El nuevo local Franquiciado Disensa se abastecerá de agua por medio de la acometida de agua potable, suministrada por la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Guaranda EMAPAG.

#### **Usos del agua:**

**Doméstico:** El agua para uso doméstico será distribuida a través de las instalaciones de agua potable existentes, y suministrada a todas baterías sanitarias y grifos con que cuentan las instalaciones.

**Limpieza:** Las áreas de almacenamiento y despacho de las mercaderías, se realiza la limpieza en seco, debido a que la mayor parte del espacio de las instalaciones es



encementado. En la oficina administrativa se realizará limpieza de pisos y muebles de oficina, donde el consumo de agua es irrelevante.

### **5.3.2. Cobertura del servicio de recolección de basura**

La unidad de ambiente del GAD Guaranda, impulsado por la salud e higiene de la comunidad, tiene un sistema de recolección y destino final de los desechos sólidos.

La cobertura de recolección de desechos sólidos a nivel de comunidades se está trabajando con la hermana ciudad de Evergen-Bélgica, dotando a la ciudad de camiones recolectores de basura y de algunos lineamientos de carácter técnico para el manejo de estos.

En la ciudad de Guaranda la recolección se lo hace a través de carros recolectores, y de allí al botadero de basura que todavía se encuentra funcionando. Pero, se está realizando un estudio tendiente a conseguir un terreno donde realizar el botadero o la planta de tratamiento de desechos sólidos a través de la mancomunidad.

### **5.3.3. Sistema de aguas servidas domésticas**

Las aguas residuales domésticas que se generarán por el uso de las baterías sanitarias, duchas, lavados, urinarios son conducidas mediante las tuberías de aguas servidas de la localidad.

## **5.4. DESECHOS A GENERARSE POR LA OPERACIÓN**

### **5.4.1. Desechos líquidos**

El uso del agua en el nuevo local Franquiciado Disensa será doméstico, ya que en este no se realiza ningún proceso productivo del cual se necesite este recurso, tampoco realiza limpieza de superficies, equipos o maquinarias.

Las aguas grises y negras generadas en el uso de las baterías sanitarias, vestidores y grifos son consideradas aguas residuales domésticas, las mismas que son recolectadas por el sistema de aguas servidas de la localidad.

#### **5.4.2. Desechos sólidos no peligrosos**

Los desechos sólidos que se generarán por las actividades de comercialización de materiales para la construcción, en general, son de índole no peligrosos, en los que constan papeles, cartones, hojas, maderas, etc.

#### **5.4.3. Material particulado**

Se comercializará materiales para la construcción, así como también elementos que se utilizan para formación de hormigón, por lo que existe poca generación de material particulado en las inmediaciones.

#### **5.4.4. Monitoreos**

No se ha contemplado el realizar monitoreos de aguas residuales, y otros, debido a que el nuevo local Franquiciado Disensa comercializara materiales para la construcción, los mismos que son productos elaborados. No generara descargas o emisiones al suelo, aire y agua, por lo que no se justifica lugares, tipos y número de muestreos.

En base a lo anterior no se han realizado las respectivas comparaciones con los estándares de la normativa ambiental vigente, así mismo, no se adjuntan los criterios para la toma de muestras de agua, suelo y aire.

### **5.5. DETERMINACIÓN DEL ÁREA DE INFLUENCIA**

El área de influencia se entiende como el área básica de impacto, como la región del ambiente que será afectada directa o indirectamente por la implantación de un nuevo proyecto o por las actividades de una organización en funcionamiento. Para ello se consideran las afectaciones a las cuales estarán expuestos los componentes ambientales biótico, abiótico, y socioeconómico-cultural.

Para la determinación del área de influencia, se deben considerar tanto el área directa como indirecta, tomando como referencia la zona de estudio a evaluarse.

En el caso del nuevo local Franquiciado Disensa, para determinar el área de influencia directa e indirecta, se han considerado los siguientes criterios:

- Posicionamiento geográfico,
- Tipo de actividades que se desarrollarán,
- Naturaleza y severidad de los impactos ambientales, que podrían generar dichas actividades,
- Dinámica de los grupos sociales que se encuentran en el área de influencia directa e indirecta respecto al nuevo local Franquiciado Disensa.

#### **5.5.1. Área de influencia directa**

El área de influencia directa es así denominada porque los impactos potencialmente pueden afectar con mayor intensidad y de manera inmediata (proximidad espacial o temporal) a los componentes ambientales.

Para el presente estudio ambiental se ha definido el área de influencia directa con un radio territorial de 150 metros respecto a las instalaciones del nuevo local Franquiciado Disensa. Esta extensión territorial fue definida debido a que en esta zona las posibilidades de afectación a los componentes ambientales alcanzarían leves niveles de riesgo. El principal elemento identificado dentro del área de influencia directa es empresa Puertas y cerrajería Romano.

#### **5.5.2. Área de influencia indirecta**

Es así denominado porque la afectación en los componentes ambientales se presenta con menor intensidad, debido al uso compartido del espacio territorial local y recursos con otras instalaciones u asentamientos poblacionales.

El presente estudio ambiental ha definido el área de influencia indirecta con un radio territorial de 300 metros respecto a las instalaciones del nuevo local Franquiciado Disensa.

Entre los elementos importantes, identificados en el área de influencia indirecta se encuentran: asentamientos poblacionales del sector.

## **5.6. PLAN DE MANEJO AMBIENTAL**

El Plan de Manejo Ambiental es un instrumento de gestión destinado a proveer de un conjunto de sub-planes (programas, procedimientos, prácticas y acciones) orientados a prevenir, eliminar, minimizar, controlar y compensar los impactos identificados en la evaluación de los cumplimientos y no cumplimientos a la normativa ambiental vigente, para el nuevo local Franquiciado Disensa.

El Plan de Manejo Ambiental deberá ser entendido como una herramienta dinámica, y por lo tanto variable en el tiempo, el mismo que deberá ser actualizado y mejorado en la medida que los procedimientos y prácticas se vayan implementando, la significancia de los impactos previstos cambien, o se modifique sustancialmente las operaciones o el entorno de la obra de infraestructura difiera de lo previsto inicialmente.

El Plan de Manejo Ambiental está diseñado conforme a los no cumplimientos que se han identificado en este Estudio. Cabe indicar que este Plan no contempla la implantación de equipos tecnológicos, diseños y otros aspectos para el manejo y tratamiento para la recuperación de efluentes líquidos domésticos, industriales y aguas lluvias, ya la empresa no generará aguas residuales industriales, las aguas residuales domesticas se encarga la empresa de agua Potable y Alcantarillado del Cantón Guaranda.

### **5.6.1. Objetivos**

#### **5.6.1.1. Objetivo General**

Brindar la orientación necesaria para la toma de decisiones sobre el manejo ambiental de la “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FRANQUICIA DISENSA DEL DEPÓSITO DE MADERA Y MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN VISCARRA EN LA PARROQUIA GUANUJO, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR”.

#### **5.6.1.2. Objetivos Específicos**

Proponer mecanismos de manejo que minimicen los impactos negativos detectados en la determinación de cumplimientos y no cumplimientos de la normativa ambiental, sobre los componentes ambientales, derivados de las actividades de comercialización de materiales para la construcción y madera semielaborada.

Minimizar los Impactos sobre los componentes físicos, bióticos y socioeconómicos que podrían ocurrir durante la operación del nuevo local Franquiciado Disensa.

Proporcionar a los distintos niveles del nuevo local Franquiciado Disensa la idea de concienciar sobre las condiciones ambientalmente eficientes, que permitan preservar el entorno, tal y como establecen todas las Leyes y Reglamentos Ambientales vigentes en el país.

Elaborar sub-planes o programas de mediciones ambientales, basándose en lo estipulado en las diferentes leyes y reglamentos vigentes.

### **5.6.2. Criterios de diseño del Plan de Manejo Ambiental**

El Plan de Manejo Ambiental se ha diseñado basado en los cumplimientos y no cumplimientos a la normativa ambiental del Depósito de Madera y Materiales de Construcción Viscarra. Con estos resultados se ha procedido a elaborar el Plan de

Manejo en el cual se han definido los sub-planes o programas a implementarse detallando sus objetivos, procedimientos o especificaciones técnicas, frecuencia y, herramientas de verificación. Además, se ha señalado la responsabilidad para la ejecución respectiva de las acciones a implementarse.

### **5.6.3. Estructura del Plan de Manejo Ambiental P.M.A**

El Plan de Manejo Ambiental identifica todas las medidas (acciones y actividades) consideradas para mitigar y/o eliminar los impactos ambientales generados por el “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FRANQUICIA DISENSA DEL DEPÓSITO DE MADERA Y MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN VISCARRA EN LA PARROQUIA GUANUJO, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR”, en función de los cumplimientos y no cumplimientos encontrados y evidenciados. Por ello, el Plan de Manejo Ambiental comprende:

- Sub-plan de control y disposición de desechos
- Sub-plan de control y vigilancia
- Sub-plan de educación ambiental
- Sub-plan de contingencias
- Sub-plan de seguridad e higiene industrial

### **5.6.4. Sub-Plan de control y Disposición de desechos**

#### **5.6.4.1. Objetivo del Sub-Plan**

El objetivo es evitar los riesgos de contaminación ambiental por la mala disposición de los desechos generados por el del Depósito de Madera y Materiales de Construcción Viscarra que pretende convertirse en un Franquiciado Disensa, para cumplir con las disposiciones contempladas en el Reglamento Ambiental para la Prevención y Control de Contaminación en lo que respecta a manejo y control de desechos.

Este plan contendrá dos medidas ambientales de:

- Desechos sólidos no peligrosos, y
- Desechos líquidos.

#### **5.6.4.2. Desechos sólidos no peligrosos**

##### **5.6.4.2.1. Objetivo**

Contemplar el adecuado manejo de los desechos sólidos no peligrosos, los que serán dispuestos correctamente en los recipientes correspondientes para el reciclaje, hasta su disposición final a través del servicio de los recicladores calificados por la autoridad ambiental responsable o por el servicio municipal de recolección de basura del Cantón Guaranda.

##### **5.6.4.2.2. Alcance**

Esta medida solo aplicará para desechos sólidos no peligrosos, en virtud que son los únicos desechos que se maneja en el nuevo local Franquiciado Disensa.

##### **5.6.4.2.3. Descripción**

Para la recolección de los residuos de las actividades del Depósito de Madera y Materiales de Construcción Viscarra, tales como, cartón, plásticos, papel, madera, periódico, etc., deben ser clasificados, cuantificado y dispuesto en un lugar estratégico, desde este se los entregará a las personas naturales o jurídicas dedicadas a la actividad del reciclaje, evitando el envío de estos al relleno sanitario.

Este plan contempla el adecuado manejo de los desechos sólidos los que serán dispuestos correctamente en los contenedores para basura, hasta su disposición final a través del servicio de recolección municipal, de acuerdo a los horarios preestablecidos de recolección en el sector. Sin embargo en el nuevo local Franquiciado Disensa se realizará el reciclaje de materiales de empaques (cartones, etiquetas, plásticos, etc.) y así

como también se recicla insumos de oficina que no tiene utilidad (hojas, tarjetas, etc.), que luego son destinadas a las empresas recicladoras del sector.

**Acciones de esta medida:**

- Los residuos de las actividades de operación y administrativa, como, cartón, plásticos, envases, papel, madera, etc. deben ser clasificados, cuantificado y dispuesto en un lugar estratégico, desde el que se conducirá al reciclaje a través de empresas dedicada a este tipo de acción.
- En lugares de mayor afluencia de personas, se deben ubicar recipientes para disposición de basura. Estos recipientes deberán tener fundas plásticas para facilitar la evacuación de la basura por parte del personal de servicio.
- Llevar registro cualitativo y cuantitativo de los desechos sólidos, semisólidos no peligrosos.

Las acciones contempladas para integrar las medidas de control y disposición de desechos, es la siguiente:

**5.6.4.3. Manejo interno de los desechos sólidos**

El manejo interno comprende las actividades de recolección en el sitio de generación, transporte y almacenamiento. Los aspectos que se deben de considerar para un adecuado manejo son:

Entrenamiento del personal de limpieza.

Separación de los residuos

Tamaño y forma de los recipientes

Procedimientos de emergencia

**5.6.4.4. Entrenamiento del personal de limpieza**

El entrenamiento del personal es una actividad fundamental en el manejo adecuado de los residuos sólidos y consiste en dar al personal:



- Información completa respecto a los riesgos que conlleva el manejo de los residuos y él por qué es importante evitar exposiciones innecesarias.
- Adiestramiento en las tareas de recolección, transporte y almacenamiento.
- Adiestramiento en la utilización de equipos de transporte y de seguridad personal.
- Adiestramiento en los procedimientos de emergencia en caso de contacto o contaminación.

#### **5.6.4.5. Separación de los residuos**

La separación de los residuos contribuyen al manejo adecuado porque:

- Evita la mezcla de los residuos incompatibles.
- Permite una mejor calidad de los residuos que pueden ser recuperados o reciclados
- Evita que los residuos no peligrosos se conviertan en peligrosos, al contaminarse por mezcla.
- Disminuye el volumen de los residuos peligrosos que van a ser tratados o dispuestos.

#### **5.6.4.6. Tamaño y forma de los recipientes**

Teóricamente cualquier recipiente puede ser utilizado para el almacenamiento de los residuos sólidos, siempre y cuando cumpla con ciertos requisitos mínimos como son:

- Capacidad de contener los residuos en su interior.
- Compatibilidad del material de construcción del recipiente con el residuo.
- Resistencia física a pequeños golpes.
- Durabilidad.
- Compatibilidad con el sistema de transporte en términos de forma volumen y peso.

La selección del tipo de recipiente más adecuado para un caso específico depende de:

- Las características del residuo.
- La cantidad generada.
- Tipo de transporte.
- Del hecho de que no haya necesidad de tratamiento y.
- La forma de disposición final.

El tamaño y la forma del recipientes deben adecuarse al sistema de recolección; si es removido por un hombre, su peso no debe exceder de 25 Kg. debe poseer bordes redondeados y manijas para el levantamiento.

**Cuadro No 43. Ficha ambiental: manejo de desechos sólidos no peligrosos**

<b>NOMBRE DE LA MEDIDA</b> Manejo de los desechos sólidos no peligrosos previa a su disposición final
<b>TIPO DE MEDIDA</b> Preventiva
<b>DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA</b> <p>Clasificar los desechos sólidos orgánicos e inorgánicos que se generen en el nuevo local Franquiciado Disensa, para luego ser entregados a empresas, instituciones o personas involucradas en el oficio del reciclaje, exclusivamente aquellas que se encuentran calificadas por la autoridad ambiental. El buen manejo de los desechos dentro de los predios de la empresa dará un mejor aspecto a las instalaciones. Estos desechos sólidos que pueden ser papel, plástico, cartón, metal, madera y orgánicos.</p> <p><b>Actividades</b></p> <p>Para las actividades de recolección y separación de los desechos sólidos no peligrosos se deben tener en cuenta las siguientes recomendaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Designar un área de almacenamiento temporal de los desechos sólidos no peligrosos de acuerdo al tipo de desecho, se debe contabilizar la cantidad producida y registrarla en formatos adecuados;</li></ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Separar los desechos sólidos no peligrosos según sus características: desechos domésticos y otros desechos sólidos inorgánicos reciclables;</li> <li>▪ Disponer los desechos sólidos no peligrosos en tanques de 55 galones, provistos de su tapa para evitar el esparcimiento de los desechos y emanación de malos olores dentro de las instalaciones;</li> <li>▪ Utilizar tanques de colores para el reciclaje de los desechos, dispuestos en sitios estratégicos, que permitan su disposición adecuada y oportuna;</li> <li>▪ Bajo ninguna circunstancia se debe permitir la quema de los desechos sólidos no peligrosos fuera de las instalaciones;</li> <li>▪ Debe respetarse los horarios de recolección de basura por parte del servicio municipal de recolección de basura del Cantón Guaranda, el cual hará su disposición final en el relleno sanitario de la localidad.</li> </ul>
<p><b>IMPACTOS MITIGADOS</b></p> <p>Afectación de la salud de los trabajadores, afectación de la calidad del aire por malos olores, polvo y proliferación de vectores de enfermedad (roedores e insectos).</p>
<p><b>ÁREA DE AFECTACIÓN</b></p> <p>Puntual</p>
<p><b>RESPONSABLE DE LA MEDIDA</b></p> <p>Autor del PMA</p>
<p><b>EJECUTOR DE LA MEDIDA</b></p> <p>Personal de limpieza</p> <p><b>FRECUENCIA</b></p> <p>Diaria</p>
<p><b>INDICADOR VERIFICABLE</b></p> <p>Llevar bitácora de registro con firma de responsabilidad.</p>

ELABORADO POR: LA AUTORA

### **5.6.5. Sub-Plan de Control y Vigilancia**

#### **5.6.5.1. Objetivo del Sub-Plan**

El objetivo general es de hacer cumplir los procedimientos adecuados para la protección ambiental, higiene y seguridad, con la finalidad de preservar la salud y conservar los recursos existente, además de mejorar los niveles de eficiencia y productividad de la empresa.

#### **5.6.5.2. Medidas de Control y Vigilancia**

##### **5.6.5.2.1. Objetivo**

Establecer los mecanismos de control y seguimientos apropiados, a fin de preservar la salud y seguridad de los colaboradores.

##### **5.6.5.2.2. Alcance**

Esta medida aplicará a todo el personal que se encuentre dentro de las instalaciones del nuevo local Franquiciado Disensa, sea este visitante, trabajador de la empresa o empleado administrativo.

##### **5.6.5.2.3. Descripción de la medida**

Para la implementación de estas medidas, la administración dispondrá de personal propio para el control de esta acción. Las acciones contempladas para integrar el plan de control y vigilancia son las siguientes:

- Control del uso de los equipos de protección personal.
- Control y vigilancia en el desempeño adecuado del personal para minimizar actos inseguros.
- Control y vigilancia de la salud del personal que la labora en la planta.
- Control y vigilancia de los informes y registros de inspección.

#### **Cuadro No 44. Ficha ambiental: medida de Control y Vigilancia**

<b>NOMBRE DE LA MEDIDA</b> Control y Vigilancia de la aplicación de los procedimientos de seguridad y salud en el trabajo
<b>TIPO DE MEDIDA</b> Preventiva
<b>DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA</b> Garantizar la protección de las áreas de trabajo y edificaciones. Así como también precautelar la salud, seguridad de los trabajadores y la comunidad.  <b>Actividades</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Capacitación del personal que recién ingresa a laborar a la empresa, dicha inducción debe contener aspectos inherentes a los riesgos laborales que se pueden presentar en el nuevo local Franquiciado Disensa, su prevención, impactos ambientales generados y su mitigación por parte de la empresa, uso de equipo de protección, etc.</li><li>▪ Dotar de equipos de protección personal a todos los empleados de la empresa, registrar dicha dotación.</li><li>▪ Re-inducción al personal antiguo sobre el uso de sus equipos de protección personal, cuya finalidad es la concientización sobre el cuidado de su salud.</li></ul>
<b>IMPACTOS MITIGADOS</b> Afectación de la seguridad de los trabajadores, comunidad y medio ambiente por falta de control y vigilancia de aplicación de los procedimientos sobre protección ambiental, higiene, salud y seguridad.
<b>ÁREA DE AFECTACIÓN</b> Puntual
<b>RESPONSABLE DE LA MEDIDA</b> Administrador del P.M.A
<b>EJECUTOR DE LA MEDIDA FRECUENCIA</b> Administrador del Depósito de Madera y Materiales de Construcción Viscarra
<b>INDICADOR VERIFICABLE</b> Llevar bitácora de registro del control y vigilancia de los procedimientos internos de seguridad y salud en el trabajo. Registros de los llamados de atención por incumplimiento a las normas de seguridad, así como por el no uso de los equipos de protección personal.

ELABORADO POR: LA AUTORA

### **5.6.6. Sub-Plan de Educación y Capacitación Ambiental**

#### **5.6.6.1. Objetivo del Sub-Plan**

Transferir habilidades, motivación, cambio de actitudes, desarrollo de la comprensión y la acción, al personal de la empresa, a fin de mejorar la calidad de vida de los que laboraran en el nuevo local Franquiciado Disensa.

#### **5.6.6.2. Medida de Educación y Capacitación Ambiental**

##### **5.6.6.2.1. Objetivo**

Capacitar al personal que la labora en la empresa, a fin de que se desempeñe en forma correcta y segura, conociendo procedimientos, normas y leyes establecidas.

##### **5.6.6.2.2. Alcance**

El plan está dirigido a educar y concienciar al personal involucrado con cada una de las actividades de todo el personal, con los aspectos básicos de los reglamentos, normas y procedimientos de protección ambiental, higiene y seguridad.

##### **5.6.6.2.3. Descripción de la medida**

Toda empresa requiere de un proceso eficiente de formación y capacitación a fin de mejorar su desempeño. El cumplimiento de las disposiciones que se plantea en el Plan de Manejo Ambiental, depende de la acción de los niveles directivos de la empresa, a fin de promover la ejecución de acciones con un alto grado de seguridad industrial y un mínimo riesgo ambiental, tratando de preservar las condiciones de la zona.

La programación de estas actividades y su ejecución estarán coordinadas por el Administrador de la empresa. Las conferencias deberán ser conducidas por los técnicos de mayor experiencia y deberán tener una duración mínima de dos horas por actividades con la ayuda de entidades como la Defensa Civil, Bomberos, etc

### Cuadro No 45. Ficha ambiental: Plan de Educación Ambiental

<b>NOMBRE DE LA MEDIDA</b> Educación ambiental, higiene y seguridad industrial de los trabajadores											
<b>TIPO DE MEDIDA</b> Estimulación											
<b>DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA</b> <p>Para el mantenimiento de los niveles de buena calidad del ambiente de las instalaciones de la empresa y de su entorno próximo, es necesario brindar una educación continua a los trabajadores, mediante boletines explicativos, charlas, conferencias, cursos, etc., por parte de especialistas en el ramo. Todo esto debe ser documentado y mantenerse sus registros, junto con las evaluaciones de los participantes. El programa mínimo requerido es de un curso al arranque de las operaciones y luego actualizarlos cada año o cuando la situación lo amerita. La temática mínima se basará en los temas del medio ambiente, higiene y seguridad industrial.</p> <p>Cuando ingrese personal nuevo, este debe recibir el curso de educación ambiental como medida de seguridad antes de laborar en la planta.</p> <p><b>Actividades</b></p> <p>Para la Capacitación Ambiental del personal de la empresa, se deberá tener en cuenta los siguientes temas:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%;">CHARLA</th> <th style="width: 10%;">HORAS</th> <th style="width: 60%;">TEMAS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="padding: 5px;">Bases de Seguridad Industrial</td> <td style="text-align: center; padding: 5px;">4</td> <td style="padding: 5px;">Tipos de emergencias: médica, incendios. Tipo y manejo de extintores, Equipo de protección personal. Preservación de la salud. Riesgos y prevención de accidentes. Respuesta ante emergencias.</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">Gestión Ambiental , prevención de la contaminación</td> <td style="text-align: center; padding: 5px;">3</td> <td style="padding: 5px;">Clasificación de los desechos. Acciones para prevenir la contaminación ambiental. Reciclado y segregación de desechos sólidos.</td> </tr> </tbody> </table>			CHARLA	HORAS	TEMAS	Bases de Seguridad Industrial	4	Tipos de emergencias: médica, incendios. Tipo y manejo de extintores, Equipo de protección personal. Preservación de la salud. Riesgos y prevención de accidentes. Respuesta ante emergencias.	Gestión Ambiental , prevención de la contaminación	3	Clasificación de los desechos. Acciones para prevenir la contaminación ambiental. Reciclado y segregación de desechos sólidos.
CHARLA	HORAS	TEMAS									
Bases de Seguridad Industrial	4	Tipos de emergencias: médica, incendios. Tipo y manejo de extintores, Equipo de protección personal. Preservación de la salud. Riesgos y prevención de accidentes. Respuesta ante emergencias.									
Gestión Ambiental , prevención de la contaminación	3	Clasificación de los desechos. Acciones para prevenir la contaminación ambiental. Reciclado y segregación de desechos sólidos.									
<b>IMPACTOS MITIGADOS</b> Falta de educación ambiental y seguridad industrial											
<b>ÁREA DE AFECTACIÓN</b> Puntual											
<b>RESPONSABLE DE LA MEDIDA</b>											

Administrador de PMA
<b>EJECUTOR DE LA MEDIDA FRECUENCIA</b> Personal calificado Anual
<b>INDICADOR VERIFICABLE</b> Registro de los participantes a las respectivas charlas, con firma de responsabilidad y fotos que demuestren las acciones propuestas.

ELABORADO POR: LA AUTORA

### **5.6.7. Sub-Plan de Contingencia**

#### **5.6.7.1. Objetivo del Sub-Plan**

Elaborar un Plan de Contingencias que contemple situaciones de riesgos ambientales, que sumados a los que puedan ocurrir por movimiento telúrico, incendios, y sabotaje pueden afectar significativamente el medio ambiente de la zona, con el fin de prevenir los riesgos asociados y tomar las medidas apropiadas para prevenir o minimizar impactos negativos.

#### **5.6.7.2. Medida Plan de Contingencia**

##### **5.6.7.2.1. Objetivo**

El objetivo es proporcionar a los directivos de la empresa una respuesta inmediata ante situaciones imprevistas que pueden causar daños en la salud, a la empresa, bienestar de las áreas adyacentes y afectación a los recursos naturales, a fin de que las actividades de la operación del nuevo local Franquiciado Disensa se manejen de una forma segura.

##### **5.6.7.2.2. Alcance**

Este plan de contingencia será activado en caso de necesitarlo en el área directa de la empresa, con el apoyo de instituciones que brinden su contingente en caso de necesitarlos en alguna emergencia.



#### **5.6.7.2.3. Descripción de la medida**

Las medidas previstas para el plan de contingencia son: Sistema contra incendios, Procedimientos de notificación y movilización, Análisis de riesgos y Acciones y prioridades.

El Plan de Contingencias servirá para enfrentar eventuales accidentes y definir las responsabilidades del personal de la empresa, en la organización de una operación de respuestas frente a la emergencia presentada, el plan debe de proveer la información necesaria sobre los recursos disponibles en la empresa, características del evento y principalmente las acciones a tomarse, las que deberán ser coordinadas con todo los elementos que conformen el operativo, que pueden ser internos o externos ( Cuerpo de Bomberos de Guaranda).

El poseer equipos y materiales necesarios contra incendio y seguridad industrial no siempre es suficiente, incluso no basta con disponer de personal capacitado, sino que siempre será necesaria la organización del plan ya que de esta manera se facilitarán las operaciones que permitan minimizar los daños e impactos que puedan ocasionarse.

**Cuadro No 46. Ficha ambiental: Plan de Contingencia**

<b>NOMBRE DE LA MEDIDA</b> Plan de Contingencias
<b>TIPO DE MEDIDA</b> Preventiva
<b>DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA</b> <p>Las medidas previstas para el plan de contingencia son: Sistema contra incendios, procedimientos de notificación y movilización, Análisis de riesgos, acciones y prioridades.</p> <p>Estas medidas servirán para proporcionar a los organismos de dirección una respuesta inmediata ante situaciones imprevistas que pueden causar daños en la salud, a la las instalaciones, bienestar de las áreas adyacentes y afectación a los recursos naturales, a fin de que las actividades de operación de la planta se manejen de una forma segura.</p> <p><b>Actividades</b></p> <p>Para la activación de este plan se deberá tomar las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Elaborar un procedimiento para la activación del plan de Contingencias</li><li>▪ Capacitación y entrenamiento del personal en temas de seguridad industrial y respuesta a emergencias</li><li>▪ Mantenimiento de los extintores con que contará</li><li>▪ Elaborar un Plano de Evacuación de las instalaciones</li></ul>
<b>IMPACTOS MITIGADOS</b> Afectación al área directa del nuevo local Franquiciado Disensa del Depósito de Madera y Materiales de Construcción Viscarra.
<b>ÁREA DE AFECTACIÓN</b> Puntual
<b>RESPONSABLE DE LA MEDIDA</b> Administrador del PMA
<b>EJECUTOR DE LA MEDIDA FRECUENCIA</b> Personal calificado Anual
<b>INDICADOR VERIFICABLE</b> Registro de los participantes en los simulacros contra incendios, evaluaciones del sistema de Evacuación.

ELABORADO POR: LA AUTORA

### **5.6.8. Sub-Plan de Seguridad e Higiene Industrial**

#### **5.6.8.1. Objetivo del Sub-Plan**

Desarrollar el Plan de Seguridad e Higiene Industrial, implementando una serie de medidas, manuales y reglamentos relacionados para el funcionamiento seguro de los empleados dentro de las instalaciones de la bodega, a fin de prevenir y minimizar daños a la propiedad, pérdidas de materiales y lesiones en los trabajadores.

#### **5.6.8.2. Medidas del Plan de Seguridad e Higiene Industrial**

##### **5.6.8.2.1. Objetivo**

El objetivo es reducir los riesgos a los que estarían expuestos los empleados en el desarrollo de sus actividades rutinarias.

##### **5.6.8.2.2. Alcance**

Este plan contempla a los trabajadores, personal administrativo, contratistas, proveedores y visitantes.

##### **5.6.8.2.3. Descripción de la medida**

Para poder desarrollar esta medida es necesario implementar lo siguiente:

Programa de Control

Comité de Seguridad

Estadísticas de Accidentes

A continuación se describe en forma más amplia los puntos a desarrollar:

**Programa de Control:**

Es necesario desarrollar un programa de monitoreo con la finalidad de evaluar y determinando el nivel de impacto, para luego tomar las medidas correctoras de mitigación.

**Comité de Seguridad:**

Se deberá organizar la conformación de un comité de seguridad que también se denominará de Protección Ambiental, según lo establece el artículo 116 del Reglamento de Seguridad e Higiene de Trabajo del IESS.

**Estadísticas de Accidentes:**

Significa llevar un control estadístico de accidentes, con valores y firmas de cada sección.

**Cuadro No 47. Ficha Ambiental: Plan de Seguridad e Higiene Industrial**

<b>NOMBRE DE LA MEDIDA</b> Medidas para el plan de seguridad e higiene industrial
<b>TIPO DE MEDIDA</b> Preventiva
<b>DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA</b> Las medidas previstas para desarrollar e implementar este plan son las siguientes: Programa de Control, Comité de Seguridad, Brigadas de Emergencias y Plan de Evacuación, Estadísticas de Accidentes. Estas medidas servirán para reducir los riesgos a los que estarán expuestos en la unidad de producción en el desarrollo de sus actividades rutinarias.  <b>Actividades</b> Para la activación de este plan se deberá tomar las siguientes acciones: <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Programa de Control</li><li>▪ Comité de Seguridad</li><li>▪ Brigadas de Emergencias y Plan de Evacuación</li><li>▪ Estadísticas de Accidentes</li></ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Señalizar sus instalaciones con señalización como: líneas de seguridad pintadas de color amarillo con negro para indicar riesgo de cortadura, golpes o choque contra objetos y obstáculos.</li> </ul>
<b>IMPACTOS MITIGADOS</b> Afectación a todo el personal del nuevo local Franquiciado Disensa del Depósito de Madera y Materiales de Construcción Viscarra
<b>ÁREA DE AFECTACIÓN</b> Puntual
<b>RESPONSABLE DE LA MEDIDA</b> Administrador del PMA
<b>EJECUTOR DE LA MEDIDA FRECUENCIA</b> Personal calificado Anual
<b>INDICADOR VERIFICABLE</b> Plan de seguridad e higiene industrial, Registro de estadísticas de accidentes

ELABORADO POR: LA AUTORA

#### 5.6.9. Sub-Plan de Abandono

No se considera necesario un plan de abandono, debido a que en este proyecto no es una actividad temporal, es un proyecto de largo plazo, al que se otorgará todas las facilidades para el cumplimiento de la Normativa ambiental vigente en el país.

## CAPÍTULO VI

### 6. ESTUDIO FINANCIERO

El objetivo del presente capítulo está enfocado en presentar de manera clara y detallada la inversión y financiamiento de los elementos que participan en la estructura financiera, a fin de conocer de manera precisa los costos y gastos en los que el proyecto incurrirá. Partiendo de éste análisis y con la ayuda de indicadores de rentabilidad se presentarán criterios de evaluación que sirvan de base estable y confiable para la toma de decisiones.

#### 6.1. INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

Una vez que se ha investigado el mercado al que se pretende ingresar, los condicionantes técnicos, los aspectos legales y la estructura organizacional, se procede a determinar el monto necesario para la ejecución del proyecto y su financiamiento.

##### 6.1.1. Inversión total

Para calcular la inversión total requerida para la implementación de la nueva Franquicia Disensa, resulta ineludible conocer los valores totales de los rubros que ésta comprende, como son: activos fijos, diferidos y capital de trabajo.

**Cuadro No 48. Inversión total**

DESCRIPCIÓN	VALOR
ACTIVOS FIJOS	\$182.123
ACTIVOS DIFERIDOS	\$36.250
CAPITAL DE TRABAJO	\$33.935,20
<b>TOTAL</b>	<b>\$252.308,20</b>

ELABORADO POR: LA AUTORA

#### 6.1.1.1. Inversión en activos fijos

Los activos fijos constituyen parte del patrimonio de la empresa que no puede ser objeto de comercialización, son bienes que ayudan a garantizar la operación normal del proyecto, caracterizada por perder valor monetario con el transcurrir del tiempo a causa del deterioro natural o por el desarrollo tecnológico.

**Cuadro No 49. Activos fijos**

CONCEPTO	VALOR
TERRENO	\$40.000
INFRAESTRUCTURA CIVIL	\$30.000
EQUIPO DE OFICINA Y BODEGA	\$723
VEHÍCULOS	\$110.000
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$1.400
<b>TOTAL</b>	<b>\$182.123</b>

ELABORADO POR: LA AUTORA

#### 6.1.1.2. Inversión en activos diferidos

Los activos diferidos son pagos realizados por adelantado cualquiera sea su naturaleza, necesarios para poner en marcha el proyecto.

**Cuadro No 50. Activos Diferidos**

CONCEPTO	VALOR
COSTO DEL ESTUDIO	\$1.000
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$250
COSTO DE LA FRANQUICIA	\$35.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$36.250</b>

ELABORADO POR: LA AUTORA

### 6.1.1.3. Inversión en capital de trabajo

El capital de trabajo corresponde a la cantidad de dinero requerida para que la empresa pueda funcionar normalmente durante un cierto período de tiempo, antes de generar ingresos por la prestación de servicios.

Para efectos del proyecto, se considera necesario contar con capital de trabajo para un mes de actividad, dinero que será empleado en la compra de mercadería, insumos e implementos de trabajo, mantenimiento y reparaciones, seguros, gastos administrativos y de ventas, requerimientos que se encuentran calculados posteriormente en el punto Costos e Ingresos del Proyecto.

**Cuadro No 51. Capital de Trabajo**

<b>RUBRO</b>	<b>COSTO ANUAL</b>	<b>ROTACIÓN (MESES)</b>	<b>PROPORCIÓN</b>
MERCADERÍAS	\$360.000	12	\$30.000
INSUMOS E IMPLEMENTOS DE TRABAJO	\$1.060	12	\$88.33
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	\$2.842,46	12	\$236,87
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$13.656,00	12	\$1.138,00
GASTOS DE VENTAS	\$29.664,00	12	\$2.472,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$407.222,46</b>		<b>\$33.935,20</b>

ELABORADO POR: LA AUTORA

### 6.1.2. Financiamiento

Después de calcular el monto total requerido para que el negocio empiece a funcionar, es importante conocer las fuentes existentes para obtener financiamiento, estas son, aporte directo por parte de los socios, crédito con proveedores, casas comerciales o entidades financieras ya sean la Banca Privada, Cooperativas de Ahorro y Crédito u Organismos Financieros Gubernamentales.



El proyecto será financiado a través de dos fuentes: capital propio que corresponde a la cantidad de dinero que se va a invertir en el negocio y capital a través de crédito que se lo realizara por medio de la Mutualista Pichincha en un plazo de 5 años con una tasa de interés anual del 11,83% a realizarse en pagos mensuales.

**Cuadro No 52. Cuadro de fuentes y usos**

DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN	CRÉDITO		CAPITAL PROPIO	
		%	VALOR	%	VALOR
ACTIVOS FIJOS	\$182.123			100	\$182.123
ACTIVOS DIFERIDOS	\$36.250	82,76	\$30.000	17,24	\$6.250
CAPITAL DE TRABAJO	\$33.935,20	88,41	\$30.000	11,59	\$3.935,20
<b>TOTAL</b>	<b>\$252.308,20</b>		<b>\$60.000</b>		<b>\$192.308,20</b>

ELABORADO POR: LA AUTORA

Estructurado el cuadro de fuentes y usos, se establece que se financiará USD \$192.308,20 con capital propio y USD \$60.000 con crédito de la Mutualista Pichincha con las siguientes condiciones.

**Cuadro No 53. Datos del crédito**

CAPITAL	\$60.000
INTERÉS CRÉDITO	11.83%
TASA SEGURO DESGRAVAMEN	0.00%
TASA COMPUESTA	0.00%
TASA COMPUESTA MENSUAL	0.00%
CUOTAS	60

ELABORADO POR: LA AUTORA

Analizadas las características del crédito, se efectúa la tabla de amortización correspondiente según los términos, la que se presenta a continuación:

**Cuadro No 54. Tabla de amortización del crédito**

	<b>PAGADERO</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>CAPITAL RESIDUAL</b>
		60.000	(11.83 %)	
1	\$1329,52	\$738	\$591,5	\$59262
2	\$1329.52	\$745.29	\$584.22	\$58516.69
3	\$1329.52	\$752.64	\$576.88	\$57764.05
4	\$1329.52	\$760.06	\$569.46	\$57003.99
5	\$1329.52	\$767.55	\$561.96	\$56236.43
6	\$1329.52	\$775.12	\$554.40	\$55461.31
7	\$1329.52	\$782.76	\$546.76	\$54678.55
8	\$1329.52	\$790.48	\$539.04	\$53888.07
9	\$1329.52	\$798.27	\$531.25	\$53089.80
10	\$1329.52	\$806.14	\$523.38	\$52283.66
11	\$1329.52	\$814.09	\$515.43	\$51469.57
12	\$1329.52	\$822.11	\$507.40	\$50647.45
13	\$1329.52	\$830.22	\$499.30	\$49817.24
14	\$1329.52	\$838.40	\$491.11	\$48978.83
15	\$1329.52	\$846.67	\$482.85	\$48132.16
16	\$1329.52	\$855.02	\$474.50	\$47277.15
17	\$1329.52	\$863.44	\$466.07	\$46413.70
18	\$1329.52	\$871.96	\$457.56	\$45541.75
19	\$1329.52	\$880.55	\$448.97	\$44661.20
20	\$1329.52	\$889.23	\$440.28	\$43771.96
21	\$1329.52	\$898.00	\$431.52	\$42873.96
22	\$1329.52	\$906.85	\$422.67	\$41967.11
23	\$1329.52	\$915.79	\$413.73	\$41051.32
24	\$1329.52	\$924.82	\$404.70	\$40126.50
25	\$1329.52	\$933.94	\$395.58	\$39192.56
26	\$1329.52	\$943.14	\$386.37	\$38249.42
27	\$1329.52	\$952.44	\$377.08	\$37296.97
28	\$1329.52	\$961.83	\$367.69	\$36335.14
29	\$1329.52	\$971.31	\$358.20	\$35363.83
30	\$1329.52	\$980.89	\$348.63	\$34382.94
31	\$1329.52	\$990.56	\$338.96	\$33392.38

32	\$1329.52	\$1000.33	\$329.19	\$32392.05
33	\$1329.52	\$1010.19	\$319.33	\$31381.86
34	\$1329.52	\$1020.15	\$309.37	\$30361.72
35	\$1329.52	\$1030.20	\$299.32	\$29331.52
36	\$1329.52	\$1040.36	\$289.16	\$28291.16
37	\$1329.52	\$1050.61	\$278.90	\$27240.54
38	\$1329.52	\$1060.97	\$268.55	\$26179.57
39	\$1329.52	\$1071.43	\$258.09	\$25108.14
40	\$1329.52	\$1081.99	\$247.52	\$24026.15
41	\$1329.52	\$1092.66	\$236.86	\$22933.49
42	\$1329.52	\$1103.43	\$226.09	\$21830.05
43	\$1329.52	\$1114.31	\$215.21	\$20715.74
44	\$1329.52	\$1125.30	\$204.22	\$19590.45
45	\$1329.52	\$1136.39	\$193.13	\$18454.06
46	\$1329.52	\$1147.59	\$181.93	\$17306.47
47	\$1329.52	\$1158.91	\$170.61	\$16147.56
48	\$1329.52	\$1170.33	\$159.19	\$14977.23
49	\$1329.52	\$1181.87	\$147.65	\$13795.37
50	\$1329.52	\$1193.52	\$136.00	\$12601.85
51	\$1329.52	\$1205.28	\$124.23	\$11396.56
52	\$1329.52	\$1217.17	\$112.35	\$10179.39
53	\$1329.52	\$1229.17	\$100.35	\$8950.23
54	\$1329.52	\$1241.28	\$88.23	\$7708.94
55	\$1329.52	\$1253.52	\$76.00	\$6455.42
56	\$1329.52	\$1265.88	\$63.64	\$5189.54
57	\$1329.52	\$1278.36	\$51.16	\$3911.19
58	\$1329.52	\$1290.96	\$38.56	\$2620.23
59	\$1329.52	\$1303.69	\$25.83	\$1316.54
60	\$1329.52	\$1316.54	\$12.98	0
TOTAL	\$79771.09	\$60000.00	\$19771.09	0.00

ELABORADO POR: LA AUTORA

## 6.2. COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

El análisis de los capítulos anteriores, ha permitido responder las interrogantes, donde, como y con que instalar el proyecto, una vez aclarada las dudas resulta necesario

conocer el costo de comercialización y los ingresos que se obtendrán por brindar un servicio.

### 6.2.1. Costos

Se define al costo como la suma de inversiones que la empresa realiza para prestar el servicio deseado, valor recuperable y del cual se obtiene una rentabilidad que permite incrementar el capital operativo y continuar con el desarrollo empresarial.

### 6.2.2. Costos de operación

El costo de operación se compone de los valores desembolsados para posibilitar el proceso de venta de bienes a los clientes; en el cuadro adjunto se muestra el resumen de dichos valores:

**Cuadro No 55. Costos de Operación**

<b>RUBRO</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
MERCADERÍA	\$30.000	\$360.000
INSUMOS E IMPLEMENTOS DE TRABAJO	\$88.33	\$1.060
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	\$236.87	\$2.842,46
DEPRECIACIONES	\$2.128,24	\$25.538,92
AMORTIZACIONES	\$604,16	\$7.250
GASTO ADMINISTRATIVO	\$1.138,00	\$13.656,00
GASTO DE VENTAS	\$2.472,00	\$29.664,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$36.667,60</b>	<b>\$440.011,38</b>

ELABORADO POR: LA AUTORA

#### 6.2.2.1. Costo de mercadería vendida

La mercadería está constituida por los productos que son adquiridos con el afán de venderlos al consumidor final más un porcentaje de utilidad.

Para establecer el costo de las mercaderías vendidas anualmente, se necesitó determinar dos variables: 1) Promedio de clientes encargado de la construcción de una vivienda anualmente; y, 2) Valor promedio de consumo mensual de los clientes.

Para la determinación de la variable 1), se recurrió a datos del número de clientes que están encargados de la construcción de una vivienda a las que se pretende abastecer; también se tomó información de la pregunta No. 4 de la encuesta en la que se consultaba a los moradores del cantón Guaranda la frecuencia promedio anual con la que adquieren productos, valores con los que se hizo el siguiente cálculo:

No. Clientes que compran al año:	4.349	—————>	362 mensual
Frecuencia promedio anual:	40,56	—————>	3,38 mensual

$362 / 3,38 = 107$  personas que están encargadas de la construcción de una vivienda

En consecuencia, el resultado indica que mensualmente se abastecerá a 107 personas que están encargadas de la construcción de una vivienda, las cuales visitarán el local Franquiciado Disensa 3,38 veces al mes, tiempo en el cual adquirirán productos para continuar con su construcción.

Para la determinación de la variable 2), se utilizó los resultados de la pregunta No. 7, ¿Cuánto invierte en sus compras en cada visita?, monto que asciende al monto de USD121, valor al cual se le multiplico por la frecuencia de consumo y se le disminuyó el 35% de margen de utilidad que se ha establecido como ganancia para el negocio. Es necesario indicar que de acuerdo a una investigación de campo realizada a los establecimientos comerciales dedicados al expendio de productos de ferretería en general y materiales de construcción en el cantón Guaranda, el margen de utilidad oscila entre el 40 % y 30%, por lo que se ha tomado un porcentaje promedio.

## MENSUAL

<b>Consumo por cliente ( 121 * 3,38 )</b>	USD \$408,98
<b>(-) 35% de utilidad:</b>	USD \$143,14
	<hr/>
<b>Costo de venta mensual por cliente</b>	USD \$265,84

**CONSUMO POR CLIENTE \* No. DE CLIENTES = CONSUMO MES**

$$408,98 \quad * \quad 107 \quad = \quad 43.760,86$$

**COSTO DE VENTA \* No. DE CLIENTES = CONSUMO MES**

$$265,84 \quad * \quad 107 \quad = \quad 28.444,88$$

Una vez conocido que el consumo mensual de 107 personas que están encargadas de la construcción de una vivienda es de USD \$43.760,86 y el costo de venta es de USD \$28.444,88, resulta necesario determinar el porcentaje de consumo de los productos que serán comercializados en la unidad de negocios y el costo aproximado de los mismos.

Para realizar esta estimación, se utilizó como base los porcentajes de la pregunta No. 8 de la encuesta ¿Cuáles son los productos que más adquiere cuando realiza compras para la construcción?, los cuales se pueden observar en el cuadro siguiente:

**Cuadro No 56. Costo de Mercadería Vendida**

<b>SECCIÓN</b>	<b>CONSUMO MENSUAL %</b>	<b>CONSUMO MENSUAL (USD)</b>
CEMENTO	20%	\$6000
HIERRO	20%	\$6000
CUBIERTAS	5%	\$1500
TUBERÍAS Y ACCESORIOS	4%	\$1200
BLOQUES	20%	\$6000
MORTEROS	5%	\$1500
CABLES ELÉCTRICOS	3%	\$900
PERFILERÍA DE ACERO	6%	\$1800
SOLDADURA	1,00%	\$300
CALIZAS	4%	\$1200
AGREGADOS	2%	\$600
MATERIAL DE ENCOBRADO	6,00%	\$1800
HERRAMIENTAS	4,00%	\$1200
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>\$30000</b>

ELABORADO POR: LA AUTORA

La adquisición de nueva mercadería se la realizará cuando exista en bodega un porcentaje igual al 40% del total requerido, esto debido a que los principales proveedores se encuentran fuera de la ciudad.

A continuación se muestra la proyección del costo de mercadería a 5 años.

**Cuadro No 57. Proyección del costo de mercadería vendida**

SECCIÓN	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CEMENTO	\$72.000	\$74.275,2	\$77.402,19	\$80.660,82	\$84.056,64
HIERRO	\$72.000	\$74.275,2	\$77.402,19	\$80.660,82	\$84.056,64
CUBIERTAS	\$18.000	\$18.568,8	\$19.350,55	\$20.165,20	\$21.014,16
TUBERÍAS Y ACCESORIOS	\$14.400	\$14.855,04	\$15.480,44	\$16.132,16	\$16.811,33
BLOQUES	\$72.000	\$74.275,2	\$77.402,19	\$80.660,82	\$84.056,64
MORTEROS	\$18.000	\$18.568,8	\$19.350,55	\$20.165,20	\$21.014,16
CABLES ELÉCTRICOS	\$10.800	\$11.141,28	\$11.610,33	\$12.099,12	\$12.608,50
PERFILERÍA DE ACERO	\$21.600	\$22.282,56	\$23.220,66	\$24.198,25	\$25.216,99
SOLDADURA	\$3.600	\$37.13,76	\$3.870,11	\$4.033,04	\$4.202,83
CALIZAS	\$14.400	\$14.855,04	\$15.480,44	\$16.132,16	\$16.811,33
AGREGADOS	\$7.200	\$74.27,52	\$7.740,22	\$8.066,08	\$8.405,66
MATERIAL DE ENCOBRADO	\$21.600	\$22.282,56	\$23.220,66	\$24.198,25	\$25.216,99
HERRAMIENTAS	\$14.400	\$14.855,04	\$15.480,44	\$16.132,16	\$16.811,33
<b>TOTAL</b>	<b>\$360.000</b>	<b>\$371.376</b>	<b>\$387.010,93</b>	<b>\$403.304,09</b>	<b>\$420.283,19</b>

ELABORADO POR: LA AUTORA

#### **6.2.2.2. Insumos e implementos de trabajo**

Está conformado por los diferentes elementos que se utilizan en la empresa, ya sea en la planta o en el área administrativa. En el caso de la energía eléctrica y del agua potable, se ha estimado un valor mensual basado en el costo actual de dichos servicios, el que se presume será suficiente para el consumo del personal y para el correcto funcionamiento de la empresa.



**Cuadro No 58. Insumos e implementos de trabajo  
(Expresado en USD)**

<b>RUBRO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
ENERGÍA ELÉCTRICA		\$50	\$600
AGUA POTABLE		\$10	\$120
MANDILES	4	\$25	\$100
ÚTILES DE ASEO			\$240
<b>TOTAL</b>			\$1.060

ELABORADO POR: LA AUTORA

### **6.2.2.3. Mantenimiento Y Reparaciones**

Constituyen provisiones futuras por concepto de mantenimiento a los activos que la empresa utiliza para ejercer su actividad operacional, para calcular éste costo se ha tomado el 2% anual del valor total de la adquisición.

**Cuadro No 59. Mantenimiento y reparaciones**

<b>RUBRO</b>	<b>INVERSIÓN</b>	<b>%</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
INFRAESTRUCTURA CIVIL	\$30.000	2	\$600
EQUIPOS DE OFICINA Y BODEGA	\$723	2	\$14,46
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$1.400	2	\$28
VEHÍCULOS	\$110.000	2	\$2.200
<b>TOTAL</b>			\$2.842,46

ELABORADO POR: LA AUTORA

### **6.2.2.4. Depreciación**

Es la pérdida de valor de los activos fijos tangibles, considerando su vida útil y porcentaje de depreciación anual, para el cálculo se ha optado por la depreciación en línea recta.

### Cuadro No 60. Depreciación

ACTIVO FIJO	VALOR TOTAL	VIDA ÚTIL	%	DEPRECIACIONES				
				1	2	3	4	5
Terreno	\$40.000			0	0	0	0	0
Infraestructura civil	\$30.000	20	10	\$3.000	\$3.000	\$3.000	\$3.000	\$3.000
Vehículos	\$110.000	5	20	\$22.000	\$22.000	\$22.000	\$22.000	\$22.000
Equipos de oficina y bodega	\$723	10	10	\$72,3	\$72,3	\$72,3	\$72,3	\$72,3
Equipos de computación	\$1.400	3	33.33	\$466,62	\$466,62	\$466,62	0	0
<b>TOTAL</b>				\$25.538,92	\$25.538,92	\$25.538,92	\$25.072,3	\$25.072,3

ELABORADO POR: LA AUTORA

#### 6.2.2.5. Amortización

Corresponde al cargo anual que se aplica para recuperar el costo de los activos diferidos, para el cálculo se ha considerado el 20% anual.

### Cuadro No 61. Amortización

RUBRO	INVERSIÓN	VIDA ÚTIL	%	VALOR ANUAL
Activo Diferido	\$36.250	5	20	\$7.250
<b>TOTAL</b>				<b>7.250</b>

ELABORADO POR: LA AUTORA

#### 6.2.2.6. Gastos administrativos

Son los gastos que incurren en la empresa para el funcionamiento administrativo, organizacional y gerencial, dentro de este requerimiento se encuentran: salarios, teléfono y material de oficina.

**Cuadro No 62. Gastos Administrativos**

<b>No.</b>	<b>RUBRO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
1	Gerente general	\$800	\$9.600
1	Secretaria contadora	\$318	\$3.816
1	Teléfono	\$20	\$240
<b>TOTAL</b>		<b>\$1.138,00</b>	<b>\$13.656,00</b>

ELABORADO POR: LA AUTORA

#### **6.2.2.7. Gasto de ventas**

Está conformada por el conjunto de pagos que se realiza al personal que se encuentra vinculado directamente con la venta de los productos y por los gastos que se emplean para promocionar el servicio que la empresa ofrece a los consumidores, a fin de atraer nuevos clientes y mantener la fidelidad de los ya conseguidos, para esto se utilizará el perifoneo y la repartición de hojas volantes.

**Cuadro No 63. Gasto de Venta**

<b>No.</b>	<b>PERSONAL</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
1	Ayudante de almacén	\$318	\$3.816
3	Ayudante de bodega	\$954	\$11.448
2	Transportistas	\$800	\$9.600
1	Guardia de seguridad	\$350	\$4.200
	Publicidad	\$50	\$600
	<b>TOTAL</b>	<b>\$2.472,00</b>	<b>\$29.664,00</b>

ELABORADO POR: LA AUTORA

#### 6.2.2.8. Gasto financieros

Son los intereses que se deben pagar por el manejo del capital ajeno.

**Cuadro No 64. Gastos Financieros**

DETALLE	VALOR ANUAL
Interés primer año	\$6.601,68
Interés segundo año	\$5.433,26
Interés tercer año	\$4.118,88
Interés cuarto año	\$2.640,3
Interés quinto año	\$976,97

ELABORADO POR: LA AUTORA

#### 6.2.3. Proyección de costos

A continuación se muestra un resumen de todos los costos que intervienen en la ejecución del proyecto, la demanda que se ha establecido está programada para 5 años.

Además según los Supuestos Macroeconómicos del 2012-2017, el crecimiento esperado de la industria de la construcción para el 2012 es de 6.10%, para el 2013 de 4.50%, para el 2014 de 3.16 % y para el 2015 en adelante es de 4.21 %.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup><https://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/Supuestos%20Macro2012-2017.pdf>

**Cuadro No 65. Proyección costos consolidados operacionales y financieros**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
Mercadería	\$360.000	\$371.376	\$387.010,93	\$403.304,09	\$420.283,192
Total costos variables	\$360.000	\$371.376	\$387.010,93	\$403.304,09	\$420.283,192
<b>COSTOS FIJOS</b>					
Implementos de trabajo	\$1.060	\$1.060	\$1.060	\$1.060	\$1.060
Mantenimiento y reparaciones	\$2.842,46	\$2.331,68	\$1.820,9	\$1.310,12	\$799,34
Depreciación	\$25.538,92	\$25.538,92	\$25.538,92	\$25.072,3	\$25.072,3
Amortización	\$7.250	\$7.250	\$7.250	\$7.250	\$7.250
Gastos administrativo	\$13.656,00	\$13.656,00	\$13.656,00	\$13.656,00	\$13.656,00
Gasto de ventas	\$29.664,00	\$29.664,00	\$29.664,00	\$29.664,00	\$29.664,00
Gastos financieros	\$6.601,68	\$5.433,26	\$4.118,88	\$2.640,3	\$976,97
Total costos fijos	\$86.613	\$84.934	\$83.109	\$80.653	\$78.479
<b>COSTOS TOTALES</b>					
<b>TOTAL</b>	\$446.613	\$456.310	\$470.120	\$483.957	\$498.762

**ELABORADO POR: LA AUTORA**

#### **6.2.4. Ingresos**

Para realizar la proyección de los ingresos, se tomó los datos de la Participación de Mercado, en el cual se estableció el número de familias que acudirán a la nueva Franquicia Disensa anualmente, dato al cual se le multiplicó el consumo mensual analizado en el acápite 6.2.2.1 Costo de Mercadería Vendida, el resultado de esta operación mostró los ingreso totales del proyecto, los mismos que han sido proyectados para el horizonte temporal del estudio.

**Cuadro No 66. Proyección de ingresos**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Número de clientes	1.295	1.426	1.486	1.518	1.558
Consumo mensual (USD)	\$408,98	\$408,98	\$408,98	\$408,98	\$408,98
<b>Ingresos Totales (USD)</b>	529.629,1	583.205,48	607.744,28	620.831,64	637.190,84

**ELABORADO POR: LA AUTORA**

### **6.3. EVALUACIÓN FINANCIERA**

La evaluación financiera, tiene por finalidad conocer la rentabilidad del proyecto a partir de las Inversiones y de los costos e ingresos que se han producido en la ejecución del mismo, esto se conseguirá a través de la aplicación y análisis de instrumentos financieros a utilizarse, como: Estado de Situación Inicial, Estado de Resultados, Flujos de Caja, Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Periodo de Recuperación del Inversionista, Indicadores Financieros.

#### **6.3.1. Estado de situación inicial**

El estado de situación inicial, es un documento contable que refleja la situación patrimonial de una empresa en un período determinado, consta de tres partes, activo, pasivo y capital contable.

El activo muestra los bienes tangibles o intangibles de la compañía, mientras que el pasivo detalla su origen financiero. El capital contable, se conforma de las aportaciones de los socios.

**Cuadro No 67. Estado de Situación Inicial**

<b>ACTIVO</b>			<b>PASIVO</b>		
Activo corriente		\$33.935,20	Largo plazo		\$60.000
Caja/bancos	\$33.935,20		Préstamo	\$60.000	
Activo fijo		182.123			
Terreno	40.000		Total pasivo		60.000
Infraestructura civil	30.000		<b>PATRIMONIO</b>		
Equipos de oficina y bodega	723		Capital Social		192.308,20
Vehículos	110.000				
Equipos de computación	1.400				
Otros activos		36.250			
Costo del estudio	1.000				
Gastos de constitución	250				
Costo de la franquicia	35.000				
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		\$252.308,20	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>		\$252.308,20

ELABORADO POR: LA AUTORA

### **6.3.2. Estado de resultados**

En el estado de resultados se refleja los movimientos Operacionales de la empresa durante cierto tiempo, en éste se detalla los ingresos Operacionales (ventas) y los costos.

El objeto de elaborar el estado de resultados es determinar la utilidad neta del proyecto, la misma que se la obtiene al restar de los ingresos, los costos, resultado al que se le denomina utilidad Operacional, valor al cual se le descuenta el 25% del impuesto a la renta y el 15% de participación de los empleados.

**Cuadro No 68. Estado de Resultados Proyectado**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	\$529.629,1	\$583.205,48	\$607.744,28	\$620.831,64	\$637.190,84
(-) Costos Variables	\$360.000	\$371.376	\$387.010,93	\$403.304,09	\$420.283,19
Utilidad bruta	\$169.629,1	\$211.829,48	\$220.733,35	\$217.527,55	\$216.907,65
(-) Costos Fijos	\$80.011	\$79.501	\$78.990	\$78.012	\$77.502
Utilidad Operacional	\$89.618	\$132.328	\$141.743	\$139.516	\$139.406
(-) Gastos Financieros	\$6.601,68	\$5.433,26	\$4.118,88	\$2.640,30	\$976,97
Utilidad antes de imp. y parc.	\$83.016,42	\$126.895,22	\$137.624,47	\$136.875,25	\$138.428,68
(-)15% Participación Trabajadores	\$12.452,463	\$19.034,283	\$20.643,671	\$20.531,288	\$20.764,302
Utilidad antes de impuestos	\$70.563,96	\$107.860,94	\$116.980,80	\$116.343,96	\$117.664,38
(-) % Impuesto Renta	\$16.229,71	\$23.729,41	\$25.735,78	\$25.595,67	\$25.886,16
Utilidad Neta	\$54.334,25	\$84.131,53	\$91.245,02	\$90.748,29	\$91.778,22

ELABORADO POR: LA AUTORA

### **6.3.3. Flujos netos de caja**

El estado de flujos netos de caja, presenta la utilidad monetaria real con la que cuenta la empresa, debido a que se no se consideran como egresos a las Depreciaciones ni a las Amortizaciones, puesto que no son salidas dinero.



### Cuadro No 69. Flujo Neto de Caja proyectado

A Ñ O	UTILIDAD NETA	(+) DEPREC.	(+) AMORT.	(+) CAP. DE TRAB.	(-) INVERSIÓN INICIAL	PRÉST.	(-) AMORT.	FNC
0					\$252.308,20	\$60.000		-\$192.308,20
1	\$54.334,25	\$25.538,92	\$7.250				\$9.352,52	\$77.770,65
2	\$84.131,53	\$25.538,92	\$7.250				\$10.520,96	\$106.399,49
3	\$91.245,02	\$25.538,92	\$7.250				\$11.835,34	\$112.198,60
4	\$90.748,29	\$25.072,30	\$7.250				\$13.313,92	\$109.756,67
5	\$91.778,22	\$25.072,30	\$7.250	\$192.308,20			\$14.977,26	\$301.431,46

ELABORADO POR: LA AUTORA

#### 6.3.4. Evaluación financiera

La importancia de los indicadores de rentabilidad, radica en que a través de su aplicación se obtienen resultados que apoyan la toma de decisiones referente a las actividades de la inversión.

##### 6.3.4.1. Valor Actual Neto

Este indicador de rentabilidad, determina el crecimiento o decrecimiento real de la inversión tomando como base el flujo de efectivo, el criterio de decisión consiste en que si el VAN es mayor o igual a cero, el proyecto se acepta, si es menor que cero se rechaza.

Para el cálculo del VAN se utilizará la siguiente fórmula:

$$VAN = \frac{\sum \text{Flujo Neto} - \text{Inversión Inicial}}{(1 - k)^n}$$

**Dónde:**

**k** = Costo de oportunidad del Inversionista

$$k = [ TP (\%RP)] + [TA(1-t) (\%RA)] + TLR$$

**Dónde:**

**TP** = Tasa Pasiva = 4,53%

**RP** = Recursos Propios = 76%

**TA** = Tasa Activa = 8,17%

$$\begin{aligned} t &= \text{tasa impositiva} = [ 1 - ( 1 - \% \text{ I.R.}) (1 - \% \text{P.T.})] \\ &= [ 1 - ( 1 - 0,15) ( 1 - 0,25)] \\ &= 0,3625 \end{aligned}$$

**RA** = Recursos Ajenos = 24%

**TLR** = Tasa Libre de Riesgo = 5%

**Reemplazando:**

$$k = [ 0,0453 (0,76)] + \{ 0,0817 [ 1 - ( 0,3625)(0,24)] \} + 0,05$$

$$k = 0,1590201$$

$$k = 15,90\%$$

El costo de oportunidad es la tasa de rendimiento mínima que el Inversionista espera obtener sobre la inversión realizada.

$$VAN = \left[ \frac{77.770,65}{(1 + 0,1590)^1} + \frac{106.399,49}{(1 + 0,1590)^2} + \dots + \frac{301.431,46}{(1 + 0,1590)^5} \right] - 192.308,20$$

**Cuadro No 70. Valor Actual Neto**

<b>AÑO</b>	<b>FNC</b>	<b>FNCA</b>
0	-\$192.308,20	-\$192.308,20
1	\$77.770,65	\$67.101,51
2	\$106.399,49	\$79.208,66
3	\$112.198,60	\$72.067,12
4	\$109.756,67	\$60.827,11
5	\$301.431,46	\$144.135,64
		\$231.031,84

ELABORADO POR: LA AUTORA

Al analizar el VAN a través del tiempo, se tiene como resultado un valor positivo, es decir que el Inversionista recuperará su inversión y obtendrá beneficios, por lo que se concluye que el proyecto es aceptable.

#### **6.3.4.2 Tasa Interna de Retorno**

El criterio de evaluación de la Tasa Interna de Retorno es, cuando la TIR es mayor o igual a la tasa del costo de oportunidad (15,90%) el proyecto se acepta, si es menor, se rechaza.

Para el cálculo del TIR, aplicamos la siguiente fórmula:

$$TIR = tm + (TM - tm) \frac{(VAN\ tm)}{(VAN\ tm - VAN\ TM)}$$

**Donde:**

**tm** = Tasa Menor = 49%

**TM** = Tasa Mayor = 51%

**Cuadro No 71. Tasa Interna de Retorno  
(Expresado en USD)**

<b>AÑO</b>	<b>FNC</b>	<b>TASA MENOR 49%</b>	<b>TASA MAYOR 51%</b>
0	-\$192.308,20	-\$192.308,20	-\$192.308,20
1	\$77.770,65	\$52.195,07	\$51.503,74
2	\$106.399,49	\$47.925,54	\$46.664,40
3	\$112.198,60	\$33.917,88	\$32.587,92
4	\$109.756,67	\$22.268,24	\$21.111,70
5	\$301.431,46	\$41.044,71	\$38.397,58
		\$5.043,23	-\$2.042,87

ELABORADO POR: LA AUTORA

$$TIR = 0,49 + \left\{ (0,51 - 0,49) \left| \left[ \frac{5.043,23}{(5.043,23 + 2.042,87)} \right] \right| \right\}$$

$$TIR = 0,5042 = 50\%$$

Una vez que se ha obtenido la TIR, se puede establecer que la rentabilidad del proyecto es muy atractiva para el Inversionista, puesto que la tasa de interna de retorno (50%) supera ampliamente al costo de oportunidad (15,90%).

#### **6.3.4.3. Periodo de Recuperación de la Inversión del proyecto**

**Cuadro No 72. Periodo de Recuperación del Inversionista**

<b>PERIODO</b>	<b>FNC</b>	<b>FNCA</b>	<b>FNCAA</b>
0	-\$192.308,20	-\$192.308,20	-\$192.308,20
1	\$77.770,65	\$67.101,51	-125.206,69
2	\$106.399,49	\$79.208,66	-45.998,03
3	\$112.198,60	\$72.067,12	26.069,09
4	\$109.756,67	\$60.827,11	86.896,20
5	\$301.431,46	\$144.135,64	231.031,84

ELABORADO POR: LA AUTORA

$$PRI = 2 + (45.998,03 / 72.067,12)$$

$$PRI = 2,63826652154$$

$$= 0,63826652154 * 12 \text{ meses}$$

$$= 7.65919825848$$

$$= 0,65919825848 * 30 \text{ días}$$

$$= 19,7759477544$$

La inversión (\$192.308,20) será recuperada en 2 años, 7 meses y 19 días de operación del local Franquiciado Disensa q se plantea en el proyecto, fecha a partir de la cual se empezará a tener crecimiento en la inversión.

### **6.3.5. Punto de Equilibrio**

El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y unidades, éste muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas aumentan o disminuyen por debajo de este punto, de tal forma que viene a ser un punto de referencia que permite observar como un incremento en los volúmenes de venta genera utilidades y un decremento ocasiona pérdidas.

El local Franquiciado Disensa por ser una empresa comercializadora de productos, cuenta con una gran cantidad de artículos, razón por la cual el punto de equilibrio se lo calculará con la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\left(1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ingresos Totales}}\right)}$$

### **PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1**

Costos Fijos Totales: 86.613

Costos Variables Totales: 360.000

Volumen Total de Ventas: 529.629,10

Reemplazando:

$$PE = \frac{86.613}{\left(1 - \frac{360.000}{529.629,10}\right)}$$

PE = USD \$ 270.429,81

Cuando la empresa llegue a un volumen de ventas igual a USD \$ 270.429,81 empezará a generar utilidad para el Inversionista.

Para conocer el porcentaje de ventas en el que se alcanza el equilibrio, se aplica la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{PE}{V}$$

$$PE = \frac{270.429,81}{529.629,10}$$

PE = 51 %

El equilibrio se alcanza cuando el porcentaje de ventas es del 51% para el primer año.

### **PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5**

Costos Fijos Totales: 78.479  
Costos Variables Totales: 420.283,19  
Volumen Total de Ventas: 637.190,84

Reemplazando:

$$PE = \frac{78.479}{\left(1 - \frac{420.283,19}{637.190,84}\right)}$$

PE = USD \$ 230.540,97

En el año 5, cuando la empresa obtenga ventas iguales a USD \$230.540,97 generará utilidad para el Inversionista.

$$PE = \frac{230.540,97}{637.190,84}$$

PE = 36%

El equilibrio en el año 5 se alcanza cuando el porcentaje de ventas es del 36%.

Una vez calculado el punto de equilibrio para el año 1 y año 5, se puede observar las ventas y el abaratamiento de los costos fijos el porcentaje de ventas requerido para conseguir el punto de equilibrio disminuye tal es el caso que el en año 1 se necesitó de USD \$ 270.429,81 para conseguir el equilibrio, mientras que para el año 5, el equilibrio se obtiene cuando la empresa genera ventas iguales a USD \$ 230.540,97.

**Cuadro No 73. Proyección del Punto de Equilibrio**

<b>PERIODO</b>	<b>COSTO FIJO</b>	<b>COSTO VARIABLE</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>PE \$</b>	<b>PE %</b>
1	\$86.613	\$360.000	\$529.629,1	\$270.429,81	51%
2	\$84.934	\$371.376	\$583.205,48	\$233.838,91	40%
3	\$83.109	\$387.010,93	\$607.744,28	\$228.823,69	38%
4	\$80.653	\$403.304,09	\$620.831,64	\$230.186,63	37%
5	\$78.479	\$420.283,19	\$637.190,84	\$230.540,97	36%

ELABORADO POR: LA AUTORA

### **6.3.6 Análisis de indicadores financieros**

#### **6.3.6.1 Indicadores de endeudamiento**

El objetivo principal de los índices de endeudamiento es evaluar el grado de conveniencia que tiene la empresa al endeudarse, es decir muestra el porcentaje que el negocio se ha financiado a través de préstamos.

##### **6.3.6.1.1. Nivel de endeudamiento**

$$\text{Tasa de Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Tasa de Endeudamiento} = \frac{60.000}{252.308,20}$$

$$\text{Tasa de Endeudamiento} = 0,237 = 24\%$$

De acuerdo al indicador de razón de endeudamiento, se puede definir que el 24% de los activos de la empresa fueron financiados a través de fuentes externas, mientras que 76% con aportaciones de los socios.



#### **6.3.6.1.2. Razón pasivo capital**

$$\text{Razón Pasivo Capital} = \frac{\text{Pasivo a Largo Plazo}}{\text{Capital Contable}}$$

$$\text{Razón Pasivo Capital} = \frac{60.000}{192.308,20}$$

$$\text{Razón Pasivo Capital} = 0,31$$

El indicador Razón Pasivo Capital muestra que por cada dólar patrimonial, USD \$0,31 pertenecen a las obligaciones financieras, es decir se está financiando un poco más de la cuarta parte de los recursos propios con préstamos bancarios.

#### **6.3.6.2. Índices de rentabilidad**

Analiza el rendimiento de aquella parte del activo que se utiliza para las actividades ordinarias de la empresa.

##### **6.3.6.2.1. Margen de utilidad**

$$\text{Margen de Utilidad} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}}$$

$$\text{Margen de Utilidad} = \frac{54.334,25}{529.629,1}$$

$$\text{Margen de Utilidad} = 0,10 = 10\%$$

**Cuadro No 74. Margen de Utilidad Promedio**

<b>AÑO</b>	<b>MARGEN DE UTILIDAD</b>
1	0,10
2	0,14
3	0,15
4	0,15
5	0,14

ELABORADO POR: LA AUTORA

De acuerdo al análisis del indicador del margen de utilidad, se puede observar que en el primer año de operación el proyecto alcanza un margen de utilidad del 10%, y para el año 5 un margen del 14%, esto significa que de cada dólar que la empresa recibe por concepto de ventas el 10% son beneficio para la empresa.

#### **6.3.6.2.2. Rendimiento sobre la inversión**

$$\text{Rendimiento} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Rendimiento (año 1)} = \frac{54.334,25}{252.308,20}$$

$$\text{Rendimiento} = 0,2153 = 21.53\%$$

$$\text{Rendimiento (año 5)} = \frac{91.778,22}{252.308,20}$$

$$\text{Rendimiento} = 0,3637 = 36,37\%$$

La interpretación del indicador rendimiento sobre la inversión, es que de los USD **\$252.308,20** que la empresa posee como activos generan una utilidad en el primer año del 21,53%, es decir USD **\$54.334,25**, mientras que en el año 5 se genera una utilidad del **36,37 %**, es decir USD **\$91.778,22**

#### 6.3.6.2.3. Rendimiento sobre capital

$$\text{Rendimiento} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Contable}}$$

$$\text{Rendimiento (año 1)} = \frac{54.334,25}{192.308,20}$$

$$\text{Rendimiento} = 0,2825 = 28,25\%$$

$$\text{Rendimiento (año 5)} = \frac{91.778,22}{192.308,20}$$

$$\text{Rendimiento (año 5)} = 0,4772 = 47,72\%$$

De acuerdo a este indicador, se puede concluir que el capital aportado por los accionistas ha generado una utilidad del 28,25% en el primer año, en tanto que en el año 5, esa ganancia se eleva al 47,72%, tasas de rendimiento muy aceptables.

## **CAPÍTULO VII**

### **7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Una vez concluidos todos los capítulos que conforman este proyecto de factibilidad, se prosigue con las conclusiones y recomendaciones del mismo.

#### **7.1. CONCLUSIONES**

- La realización del presente proyecto de factibilidad, a partir de un exhaustivo estudio de mercado, técnico, financiero, permitió establecer la factibilidad de crear el nuevo local franquiciado Disensa, pues puso en evidencia una gran oportunidad de negocio que beneficiara tanto a los clientes como a los inversionistas.
- Se determinó que en el cantón Guaranda 35 de cada 100 clientes están insatisfechos con los productos y servicios proporcionados por 3 locales franquiciados Disensa y ferreterías pequeñas, evidenciando un mercado potencial importante para el presente proyecto.
- El tamaño del proyecto sobre la base de la demanda existente pretende tener una participación del 50%, en cuanto a la localización estará en el sector norte del cantón en la parroquia de Guanujo, ya que posee la infraestructura, así como la maquinaria y equipos necesarios para el proyecto.
- El estudio de la línea base ambiental indica, que el área de la zona donde se llevara a cabo el proyecto, no sufrirá impactos significativos, ni causa daños al ecosistema circundante, por su operación.
- Con la ayuda de los indicadores de rentabilidad, se determinó la factibilidad del proyecto, obteniendo un VAN positivo de USD \$231.031,84, un TIR que alcanza el 50% superando al costo de oportunidad fijado en el 15.90%.

## **7.2. RECOMENDACIONES**

- Se recomienda la puesta en marcha del proyecto de creación de un nuevo local Franquiciado Disensa en cantón Guaranda, ya que este podrá satisfacer la demanda insatisfecha existente en el sector.
- Con el fin de aprovechar el 35% del mercado insatisfecho de materiales para la construcción y ferretería en general, el local Franquiciado Disensa deberá adoptar políticas de marketing innovadoras, promocionando productos de buena calidad a precios competitivos que estimulen la compra e incrementen la rentabilidad del negocio.
- Se recomienda capacitar de forma constante al talento humano porque la imagen pública del nuevo local Franquiciado Disensa garantizará su crecimiento si dispone del personal preparado para ofrecer un servicio al cliente de calidad superior.
- El estudio técnico identificó que la localización idónea para el proyecto es el sector norte en la parroquia Guanujo, ya que cumple con las exigencias o requerimientos del mismo, consiguiendo que se minimicen los costos de inversión así como los costos y gastos durante el periodo productivo, porque se posee cercanía al mercado de consumo, es un eje de desarrollo, se tiene acceso al predio e infraestructura y se cuenta con la superficie disponible.
- La implementación del proyecto debe realizarse dentro de los 5 años que se ha establecido en la planificación para garantizar el TIR y el VAN propuestos.
- Al llevarse a cabo el proyecto, se cumpla en su totalidad las actividades del Plan de Manejo Ambiental, lo cual puede plasmarse a través de un programa de acercamiento comunitario con los habitantes e industriales del sector a fin de que contribuyan con el mantenimiento de la limpieza del sector.

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente Proyecto de titulación tiene el propósito de establecer la factibilidad para la futura creación de una franquicia Disensa para el Depósito de Madera y Materiales de Construcción “Viscarra”, en la parroquia Guanujo, cantón Guaranda, provincia Bolívar.

El Estudio de Mercado permitió definir las condiciones de oferta y demanda, determino que existe una demanda insatisfecha y que esta constituye el mercado potencial para el desarrollo de este proyecto.

El Estudio Técnico permitió determinar el tamaño óptimo del proyecto, se precisó la infraestructura y equipos básicos que deberá tener la empresa buscando siempre minimizar las inversiones del proyecto.

El Estudio Ambiental, se enfocó en el desarrollo del Plan de Manejo Ambiental propuesto, se encamina a la minimización o eliminación de los impactos producidos al medio ambiente. Consta de medidas distributivas en planes de seguimientos y verificación para el cumplimiento del Plan de Manejo Ambiental, disposición adecuada de residuos, seguimientos y control de calidad de los componentes ambientales.

El Estudio Financiero permitió determinar la viabilidad del proyecto con índices financieros positivos. Se recomienda poner en marcha el proyecto. Este documento constituirá una importante guía ratifica la factibilidad de poner en marcha el proyecto.

## **ABSTRACT**

This Project aims to establish the feasibility for future creation of a franchise Disensa for Wood deposit and building material “Viscarra”, in Guanujo parish, Guaranda town, Bolívar province.

The market research let to define the conditions of demand and supply. It determined that there is an unsatisfied demand and it establishes the potential market for the development of this Project.

The technical research allowed to determine the optimal size of the Project, the infrastructure and basic equipment specified that the company must be always seeking to minimize project investments.

The environmental study focused on the development of the environmental management plan proposed and it also aims the minimization or elimination of the environmental impact. It consists of distributional measures in monitoring and verification plans for compliance with the environmental management project, and quality control monitoring of environmental components.

The financial study allowed to determine the vitality of the project with positive financial results. It is recommended to carry out this project. This document will become an important guide to ratify the viability for carrying out the Project.

## ANEXOS

### Anexo No.1. Formulario de Encuesta

FORMULARIO DE ENCUESTA											
<b>Objetivo:</b> establecer, como parte de una investigación la opinión de los clientes, con respecto a la comercialización y venta de materiales de construcción en el sector. Recuerde que su opinión es muy importante y que sus respuestas no lo comprometen en lo absoluto, por lo que se solicita que responda con toda libertad.											
Fecha (dd/mm/aa):        /        /											
<b>INSTRUCCIONES:</b> Marque con una X la respuesta que mejor se aproxime a su opinión y complete si es el caso.											
<b>Información General:</b>											
<b>1.¿Cuál es su edad? (años cumplidos)</b>											
<b>Información específica:</b>											
<b>2. ¿Usualmente en qué sector adquiere los productos de ferretería y materiales para la construcción?</b>											
<table border="1"><thead><tr><th>ALTERNATIVA</th><th></th></tr></thead><tbody><tr><td>PARROQUIAS URBANAS</td><td></td></tr><tr><td>CASCO URBANO</td><td></td></tr><tr><td>PARROQUIAS RURALES</td><td></td></tr><tr><td>OTROS</td><td></td></tr></tbody></table>	ALTERNATIVA		PARROQUIAS URBANAS		CASCO URBANO		PARROQUIAS RURALES		OTROS		
ALTERNATIVA											
PARROQUIAS URBANAS											
CASCO URBANO											
PARROQUIAS RURALES											
OTROS											
<b>3. ¿A qué lugar acude para adquirir sus materiales para la construcción?</b>											
<table border="1"><thead><tr><th>ALTERNATIVA</th><th></th></tr></thead><tbody><tr><td>LOCAL FRANQUICIADO</td><td></td></tr><tr><td>LOCAL NO FRANQUICIADO</td><td></td></tr></tbody></table>	ALTERNATIVA		LOCAL FRANQUICIADO		LOCAL NO FRANQUICIADO						
ALTERNATIVA											
LOCAL FRANQUICIADO											
LOCAL NO FRANQUICIADO											
<b>4. ¿Con qué frecuencia concurre a ese lugar?</b>											
<table border="1"><thead><tr><th>ALTERNATIVA</th><th></th></tr></thead><tbody><tr><td>UNA VEZ A LA SEMANA</td><td></td></tr><tr><td>CADA 15 DÍAS</td><td></td></tr><tr><td>CADA MES</td><td></td></tr><tr><td>OTRA</td><td></td></tr></tbody></table>	ALTERNATIVA		UNA VEZ A LA SEMANA		CADA 15 DÍAS		CADA MES		OTRA		
ALTERNATIVA											
UNA VEZ A LA SEMANA											
CADA 15 DÍAS											
CADA MES											
OTRA											



5. ¿Está satisfecho de comprar en el lugar mencionado en la pregunta 3?

ALTERNATIVA	
SI	
NO	
PARCIALMENTE	

6. ¿Qué es lo que más le agrada del local de expendio?

ALTERNATIVA	
PRECIOS CÓMODOS	
BUENA ATENCIÓN	
LIMPIEZA	
VARIEDAD	
OTROS	

7. ¿Cuánto invierte en sus compras en cada visita?

ALTERNATIVA	
MENOR A \$300	
DE \$301 A \$600	
DE \$601 A \$900	
MAS DE \$901	

8. ¿Cuáles son los productos que más adquiere cuando realiza compras para la construcción (Califique del 1 al 10 en orden de importancia).

ALTERNATIVA	
CEMENTO	
HIERRO	
CUBIERTAS	
TUBERÍAS Y ACCESORIOS	
BLOQUES	
MORTEROS	
CABLES ELÉCTRICOS	
PERFILERÍA DE ACERO	
SOLDADURA	
CALIZAS	
AGREGADOS	
MATERIAL DE ENCOBRADO	
HERRAMIENTAS	

**9. ¿Estaría dispuesto a comprar en un nuevo local Franquiciado Disensa que cumpla con sus expectativas?**

ALTERNATIVA	
SI	
NO	

**10. ¿Qué tipo de servicios le agradaría tener?**

ALTERNATIVA	
PARQUEADERO	
SALA DE ESTAR	

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## **Anexo No.2. Manual de Funciones**

### **Gerente General**

**Función Básica.-** Ejecutar la función administrativa, económica y financiera de la empresa de conformidad con los objetivos, estrategias y políticas establecidas para el desempeño eficiente de la misma.

#### **Funciones Específicas**

- Dirección general de la empresa.
- Análisis e interpretación de los estados financieros.
- Revisión y control de los procesos.
- Coordinar la elaboración del presupuesto anual de las operaciones de la empresa.
- Determinar las estrategias de administración de trabajo, implantación de sistemas de motivación, decisión y control.
- Dirigir y controlar eficientemente los recursos materiales, humanos y financieros.
- Representar legalmente a la empresa ante otras instituciones y al público en general.
- Toma de decisiones adecuadas.

#### **Perfil**

- Profesional titulado en Ingeniería de Empresas.
- Mínimo dos años de experiencia en la dirección de negocios.
- Manejo de equipos de trabajo.
- Buen manejo de relaciones interpersonales.
- Conocimiento de la ley tributaria, código de trabajo, entre otras leyes.

#### **Competencias**

- Trabajo en equipo.
- Trabajo bajo presión.
- Liderazgo.
- Buenas relaciones interpersonales.
- Planificación.
- Organización.
- Dirección.
- Solución de problemas.

## **Secretaria Contadora**

**Función Básica.-** Auxiliar en las actividades de la gerencia, realizar informes financieros correspondientes a cada período designado y manejar las obligaciones que le corresponden a la empresa con el fisco.

### **Funciones Específicas**

- Auxiliar en las actividades de la gerencia
- Planificar, supervisar y controlar las operaciones contables de la empresa.
- Presentar correctamente los Estados Financieros.
- Preparar declaraciones de impuestos.
- Brindar asesoría y apoyo en temas contables.
- Atender información a entidades bancarias de control externo (SRI, Superintendencia de Compañías, etc.)

### **Perfil**

- Edad: indistinto.
- Sexo: indistinto.
- Estado civil: indistinto.
- Estudios realizados en áreas contables.
- Poseer conocimientos sólidos en contabilidad tributaria, de costos entre otras.
- Conocer sobre leyes laborales, tributarias, financieras, etc.
- Experiencia mínima de dos años como contador.
- Conocimientos específicos en: Tratamiento contable, a través de software.

### **Competencias**

- Orientación al cumplimiento de los objetivos de la empresa.
- Buena estabilidad emocional.
- Liderazgo.
- Trabajo bajo presión.
- Buen manejo de relaciones interpersonales.

## **Guardia de seguridad**

**Función Básica.-** Ejercer la vigilancia y protección de bienes muebles e inmuebles, así como la protección de las personas que puedan encontrarse en los mismos.

### **Funciones Específicas**

- Evitar la comisión de actos delictivos o infracciones en relación con el objeto de su protección.

- Poner inmediatamente a disposición de los miembros de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad a los delincuentes en relación con el objeto de su protección, así como los instrumentos, efectos y pruebas de los delitos, no pudiendo proceder al interrogatorio de aquéllos.
- Efectuar la protección del almacenamiento, recuento, clasificación y transporte de dinero, valores y objetos valiosos.
- Perfil
- Sexo: masculino.
- Estado civil: indistinto.
- Edad: 30 años en adelante.
- Certificado de estudios terminados.
- Carta de no antecedentes penales (máximo 2 meses de su expedición).
- Cultura del servicio.
- Relaciones interpersonales.
- Técnicas de observación y recorridos.
- Control de accesos.
- Defensa personal básica (aplicación de candados y llaves).

#### **Competencia**

- Buen manejo de relaciones interpersonales.
- Trabajo en equipo.
- Don de gentes.

#### **Ayudante de almacén**

**Función Básica.-** Vender el producto.

#### **Funciones Específicas**

- Elaborar reporte de ventas mensuales.
- Estudiar clientes tentativos.
- Pactar citas a fin de promover el producto.
- Ofertar el producto.
- Conseguir las mayores ventas basadas al presupuesto de ventas dado por el gerente general.
- Ofrecer una retroalimentación de las necesidades, quejas, sugerencias o apreciación del producto por parte de los clientes.
- Informar sobre datos estratégicos del mercado a la Gerencia General como costos de la competencia, sus promociones, descuentos y ofertas así como también sobre los incrementos o reducciones de compras por parte de los clientes.

**Perfil**

- Edad: 20-50 años.
- Sexo: indistinto.
- Estado civil: indistinto.
- Estudios secundarios y de preferencia superiores en carreras contables, marketing, administración de empresas y especialidades afines.
- Facilidad de relaciones interpersonales.
- Experiencia mínima de un año en ventas.

**Competencias**

- Orientación al logro de resultados.
- Pro actividad.
- Trabajo en equipo.
- Habilidad de negociar.

**Ayudante de bodega**

**Función Básica.-** Entregar la mercadería facturada en buenas condiciones.

**Funciones Específicas**

- Embarcar la mercadería.
- Perchar los productos en sus lugares asignados.
- Informar de inconvenientes producidos en el momento de recibir y entregar la mercadería.

**Perfil**

- Edad: 20-50 años.
- Sexo: masculino.
- Estado civil: indistinto.
- Años de experiencia cero.
- Preparación mínima de instrucción secundaria.

**Competencias**

- Buen manejo de relaciones personales.
- Trabajo bajo presión.
- Trabajo en equipo.

## **Transportista**

**Función Básica.-** La movilización de la mercadería en perfectas condiciones.

### **Funciones Específicas**

- Coordinar el transporte de la mercadería de la manera más adecuada a los clientes.
- Movilizar la mercadería del lugar de la producción de los materiales (minas) al lugar de expendio (empresa).
- Realizar sugerencias o quejas en cuanto a la calidad de los productos que lleguen y salgan de la empresa.

### **Perfil**

- Tener licencia de conducir tipo E.
- Experiencia mínima de un año.
- Especialidad en manejar transportes de carga pesada.
- De preferencia del sexo masculino.
- Conocimiento de la ley de transporte pesado.

### **Competencia**

- Buen manejo de relaciones interpersonales.
- Trabajo en equipo.
- Orientación al cumplimiento de los objetivos de la empresa.
- Trabajo bajo presión.

### **Anexo No.3. Comunicación al Gerente General de ADFRANEC**

....., ..... de ..... 2011

Señor Ingeniero  
**JUAN CARLOS VAYAS**  
**GERENTE GENERAL**  
ADFRANEC S.A.

De mis consideraciones:

Por medio de la presente solicito a usted iniciar el proceso de aprobación para obtener una franquicia en la localidad de ....., parroquia ....., provincia de ....., ubicándose en la dirección .....  
Anexo fotos del local propuesto.

Así mismo declaro que conozco todas las condiciones que debo cumplir antes y después de aperturar el local, como son el pago del fee de ingreso, cumplir con la imagen de la franquicia, uso del software SAFDI 3, condiciones comerciales del modelo del negocio, poseer internet, asistir a reuniones y capacitaciones que se definan en el plan anual para los franquiciados, entre otras, las cuales me han sido explicadas y firmaré mi aceptación en el contrato como franquiciado individual.

Cualquier comunicación por favor dirigirla al correo electrónico:  
.....

Atentamente

.....

**FUENTE:** [www.disensa.com.ec](http://www.disensa.com.ec)



## Anexo No.4. Solicitud de Franquicia Disensa



### SOLICITUD DE FRANQUICIA DISENSA

ADFRANEC S.A.

Administradora de Franquicias del Ecuador

Francisco de Orellana, World Trade Center Torre B of. 1303

Para evaluación solamente

No constituye autorización ni concesión de franquicia

Válido por 6 meses desde su firma

Con este documento presento a ustedes mi solicitud para acceder al sistema de Franquicias Disensa, bajo los términos y condiciones vigentes en el Ecuador y el Contrato de Franquicia que me obligo a suscribir, en caso de ser aceptada esta solicitud.

### INFORMACIÓN DEL SOLICITANTE:

Nombres y apellidos completos del solicitante o nombre de la sociedad o compañía solicitante:

---

---

1. a. Dirección de correo electrónico (obligatorio):

1. teléfono Convencional \_\_\_\_\_ Celular \_\_\_\_\_

2. Nacionalidad y domicilio del solicitante:

3. Dirección del domicilio y del lugar de trabajo actual:

---

---

4. Número de Cédula de Identidad del solicitante (acompañar copia legible):

Número de RUC y nombre de los representantes legales (en caso de solicitante persona jurídica, favor incluir copias de los nombramientos y escritura de constitución o último estatuto):

---

---

---

5. Estado Civil: \_\_\_\_\_

Nombre de la cónyuge o conviviente:

Número de Cédula del cónyuge o conviviente: # \_\_\_\_\_

6. Referencias Comerciales completas (incluir nombre de la empresas, nombre de los contactos en las empresas y números de teléfono)

---

---

---

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.  
7. Referencias bancarias (incluyendo tarjetas de crédito, si tiene)  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
**INFORMACIÓN PARA LA OPERACIÓN DE UNA FRANQUICIA**

8. Tiempo de experiencia en el negocio de distribución de materiales de construcción (si no tiene experiencia, indíquelo así):  
\_\_\_\_\_

9. Opera en la actualidad un local Disensa u otro de expendio al público de materiales de construcción?  
\_\_\_\_\_

10. Ubicación del local existente o del local propuesto:

Calle y Número: \_\_\_\_\_

Parroquia: \_\_\_\_\_

Cantón: \_\_\_\_\_

Provincia: \_\_\_\_\_

Metros cuadrados de terreno: \_\_\_\_\_

Metros cuadrados de oficina (interiores): \_\_\_\_\_

De ser posible adjunte fotos internas y exteriores.

Adjuntar croquis de ubicación del local propuesto.

11. Quiénes son sus actuales proveedores de materiales de construcción? (por favor especifique todos los proveedores y productos que comercializa)  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

12. En qué local del(os) proveedor(es) usted adquiere el(los) producto(s) que vende? (Dirección completa, con indicación de parroquia, cantón y provincia).\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

13. Ha sido el solicitante multado, sancionado o procesado por alguna infracción o delito? (Favor explicar, en caso positivo)  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## **DECLARACIONES DEL SOLICITANTE:**

El solicitante declara que reconoce como de carácter confidencial y de información no divulgada a la información que recibirá en caso de aceptarse la presente solicitud, por lo cual no podrá revelarla ni reproducirla, ni hacer uso de ella, de ninguna manera.

Reconoce que la presente solicitud no constituye aceptación de la Franquiciadora y que el contrato de franquicia, debidamente firmada por el Franquiciador, será el único documento por el cual el Solicitante tendrá el derecho de usar y explotar la Franquicia Disensa y cada una de sus partes.

Conoce y reconoce que la franquicia es un sistema de colaboración empresarial por virtud del cual el Solicitante, de convertirse en Franquiciado, será un empresario independiente del Franquiciador.

Conoce y reconoce que el Franquiciante y los propietarios de la Franquicia Disensa no son responsables frente a él o terceros del éxito financiero de la Franquicia.

El Solicitante, de resultar favorecido con la aceptación de esta solicitud, se compromete a cumplir las Normas presentes y futuras de la Franquicia, que serán de obligatorio e inexcusable cumplimiento por todos los Franquiciados del Sistema.

Conozco y acepto que, de aprobarse mi solicitud, tendré que realizar adecuaciones en el local propuesto para la franquicia de forma tal que se ajuste a los elementos distintivos de la Franquicia.

Conozco y acepto que la Franquicia Disensa comporta el fiel y estricto cumplimiento de las normas vigentes en el Ecuador y que seré inspeccionado para verificar el acatamiento de la normativa ambiental, de defensa del consumidor, trabajo infantil y defensa de la competencia.

Conozco y acepto que el Fideicomiso, de resultar favorecido con la selección, podrá descalificarme, antes de la celebración del contrato de franquicia, en cualquier momento; y, después de su celebración, sin necesidad de procedimiento administrativo, judicial o arbitral alguno, en los casos previstos en el contrato de franquicia individual que suscriba.

Bajo juramento afirmo que los datos e informaciones arriba indicados son reales y ciertos, por lo que concedo autorización al Franquiciador para su respectiva verificación.

Recibiré notificaciones sobre esta Solicitud, que conozco se dará en función de un cronograma definido por el Franquiciador, en la dirección de mi (trabajo o domicilio)

---

Lugar y Fecha de esta Solicitud: \_\_\_\_\_,

---

FIRMA DEL SOLICITANTE

FUENTE: [www.disensa.com.ec](http://www.disensa.com.ec)

## **BIBLIOGRAFÍA**

- INEC, ANUARIOS DE EDIFICACIONES 2004-2008
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC) - EDIFICACIONES 2010
- ECUADOR: CENSO DE POBLACION Y VIVINEDA 2010
- INEC, ECV-QUINTA RONDA, 2005.2006
- CONDICIONES de vida de los ecuatorianos, Resultado de la Encuesta de Condiciones de Vida ECV Quinta Ronda, 2005 -2006.
- BACA, Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Cuarta Edición, Editorial Mac Graw Hill, México DF 2001, Págs. 33 y 34.
- ANUARIO DE EDIFICACIONES 2006-2007-2008-2009-2010. Instituto Nacional de Estadística y Censos.
- EKOS, Revista Economía y Negocios, Sector Inmobiliario, Febrero 2008, Pág. 15.

## **LINCOGRAFÍA**

- <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1424/4/capitulo%203.pdf>
- [www.ecuadorencifras.com](http://www.ecuadorencifras.com)
- [www.guaranda.gob.ec](http://www.guaranda.gob.ec)
- [www.miduvi.gob.ec](http://www.miduvi.gob.ec)
- [www.mutualistapichincha.com/mupi/producto\\_credito\\_oportuno.jhtml](http://www.mutualistapichincha.com/mupi/producto_credito_oportuno.jhtml)
- <http://www.inec.gob.ec>
- <http://www.omu.com.ec/hist%C3%B3rico-de-noticias/1020-ecuador-crecer%C3%A1-un-4-en-el-2013.html>
- <https://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/Supuestos%20Macro2012-2015.pdf>
- <http://www.hormipisos.com/>
- <http://www.disensa.com>
- <http://www.ipac-acero.com>
- <http://www.indura.com.ec/productos>.
- <http://www.rooftec.com.ec>
- <http://idealalambrec.bekaert.com>
- <http://www.bloqcin.com>
- [www.avizora.com](http://www.avizora.com)
- <http://ecuadorforestal.org>
- <http://www.guaranda.gob.ec>
- <https://www.bce.fin.ec>